

平成31年3月26日

内閣府消費者委員会事務局

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○全体等

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
1	－	全体	－	全体	この報告書で「プラットフォーム」や「プラットフォーム事業者」がどういうものを指しているかの一応の整理を、最初の方でしておいた方がよいのではないか。	－
2	－	全体 （第4等）	－	全体 （第4等）	比較法の箇所で「プラットフォーム運用者」や「プラットフォーマー」という語が出てくるが、これが、全体を通じて使われている「プラットフォーム事業者」とどういう関係にあるのかがよく分からない。	－
3	－	全体	－	全体	前回に比べ読みやすくなりバランスが取れているように思う。	－
4	－	全体	－	全体	プラットフォーム事業者と消費者との取引において存在する①情報格差と②情報格差に起因する交渉力の格差から生じる取引上の不利益から消費者を守るために、本報告書の内容は極めて重要と思う。	－
5	－	全体	－	全体	前回から報告書の内容は表現の記載振りも含めて随分と良くなったと思う。	－
6	－	全体	－	全体	個別具体的な論点の結論が、いまだ収れんされていない現状において、報告書として取りまとめるのは時期尚早ではないか。 「中間整理」とし、今一度、個別具体的な論点を委員間で詰めていくか、「提言」は削除すべきではないか。	－
7	－	各コラム	－	各コラム	いずれのコラムも「[関連]」と表記しているのみで、なぜ関連しているのか不明確である。そもそも本報告書において、当該コラムの内容を記載する必要があるならば、本専門調査会での報告内容に含まれるものとして、本文に入れた上で整合性等を検討すべきである。なぜコラムという形式を採用しているのか、その趣旨が判然としない。 そのため、全てのコラムを削除すべきである。	－

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

〇はじめに

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
8	1	はじめに	1	はじめに	以下のように修正すべき。 【修正案】 すなわち、財・サービスの提供者(利用者)、購入者(利用者)として安心して取引を利用することができるよう、 <u>考えられる</u> ルールや仕組みはどのようなものか、そのルールや仕組みを保っていくため、に財・サービス提供者(利用者)、購入者(利用者)、プラットフォーム事業者等が果たすべき役割に <u>はどのようなものがあるか</u> について検討を行った。	すなわち、財・サービスの提供者(利用者)、購入者(利用者)として安心して取引を利用することができるよう、必要なルールや仕組み、そのルールや仕組みを保っていくため、財・サービス提供者(利用者)、購入者(利用者)、プラットフォーム事業者等が果たすべき役割について検討を行った。
9	1	はじめに	2	はじめに	トラブルとしてあげられているにもかかわらず議論の対象としていなかったの 以下のように修正すべき。 【修正案】 なお、本専門調査会では、消費者委員会の問題意識を受ける形で、EC取引のうち、BtoC、シェアリングエコノミー等のCtoC市場を検討の中心としたことから、この提言の対象とするプラットフォーム事業者は、 <u>SNS等のプラットフォーム事業者は含まれておらず</u> 、BtoC、シェアリングエコノミー等のCtoC市場にかかわるECプラットフォームを主として念頭に置いている。	なお、本専門調査会では、消費者委員会の問題意識を受ける形で、EC取引のうち、BtoC、シェアリングエコノミー等のCtoC市場を検討の中心としたことから、この提言の対象とするプラットフォーム事業者は、BtoC、シェアリングエコノミー等のCtoC市場にかかわるプラットフォームを主として念頭に置いている。
10	1	はじめに	2	はじめに	以下のように修正すべき。 【修正案】 第2では、プラットフォームが介在する取引における消費者トラブルについて、当該取引における課題を明らかにするため、一定の類型化を <u>試みた</u> 。 第3では、プラットフォームが介在する取引に係る主な規定について、その主要なものに関し、当該取引形態をどのように規制しているのかを <u>整理</u> した。	第2では、プラットフォームが介在する取引における消費者トラブルについて、当該取引における課題を明らかにするため、一定の類型化を行った。 第3では、プラットフォームが介在する取引に係る主な規定について、その主要なものに関し、当該取引形態をどのように規制しているのかを検討した。
11	1-2	はじめに	2	はじめに	特徴とすることに反対意見があったこと、役割を義務のように捉える書き方に反対意見があったことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 第4では、海外の動向についてEU、中国、韓国を中心にまとめ、これらの国・地域においてプラットフォーム事業者にどのような責任が課されているのかを <u>整理</u> した。 第5では、プラットフォームが介在する取引におけるルールやシステム等にどのような特徴があるのか、プラットフォーム事業者が個々の取引にどのように関与しているのかを <u>考えるにあたって参考となる観点</u> を整理した。 第6では、プラットフォームが介在する取引について、消費者が安心、安全に取引を利用することができるよう、財・サービス提供者(利用者)、購入者(利用者)、プラットフォーム事業者等が、それぞれどのような役割を担う <u>ことが望ましいか</u> について、本専門調査会としての提言をまとめた。	第4では、海外の動向についてEU、中国、韓国を中心にまとめ、これらの国・地域においてプラットフォーム事業者にどのような責任が課されているのかをまとめた。 第5では、プラットフォームが介在する取引におけるルールやシステム等にどのような特徴があるのかをまとめ、プラットフォーム事業者が個々の取引にどのように関与しているのかを整理した。 第6では、プラットフォームが介在する取引について、消費者が安心、安全に取引を利用することができるよう、財・サービス提供者(利用者)、購入者(利用者)、プラットフォーム事業者等が、それぞれどのような役割を担うべきかについて、本専門調査会としての提言をまとめた。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第1 プラットフォームを介在する取引の拡大

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
12	3	第1 プラットフォームが介在する取引の拡大 (柱書き)	3	第1 プラットフォームを介在する取引の拡大 (柱書き)	C2C市場も、オークションサイトなど昔から存在するPF（プラットフォーム。以下同じ）もあるが、原案だと、C2C市場が最近になって登場したかのように読めてしまう。引用されているデータを見ても、従来からあるオークションでの取引量は落ちておらず、フリマアプリを通じた取引量の増加が全体的なCtoC取引の量を押し上げていることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 はじめに、BtoC-E C市場、フリマ、シェアリングエコノミー等のCtoC-E C市場の拡大の状況についてみる。BtoC-E C市場もCtoC市場も従来からあったものであるが、プラットフォームが介在するCtoC市場は、スマートフォンの普及率の高まりもあり、これまで代表的であったインターネットオークションに加え、<u>フリマアプリやシェアリングエコノミーのような新たなサービスを通じた取引が増大し、以前に増して消費者が財・サービスの受け手としてだけでなく提供者としても容易に市場に参加することが可能となっている。</u>	はじめに、BtoC-E C市場、フリマ、シェアリングエコノミー等のCtoC市場の拡大の状況についてみる。BtoC-E C市場は従来からあったものであるが、プラットフォームが介在するCtoC市場は、スマートフォンの普及率の高まりもあり、これまで、財・サービスの受け手であった消費者を、提供者としても容易に市場に参加させることを可能にする仕組みである。
13	3-6	第1 プラットフォームが介在する取引の拡大 (柱書き)	3	第1 プラットフォームを介在する取引の拡大 (柱書き)	CtoC-E Cも市場も1999年から存在している。シェアリングエコノミーの普及が近年の特徴であることを記載すべき。	—

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
14	9 第2の1取引の仕組み	10 第2の1取引の仕組み	B2CにしるC2Cにしる、EC取引であることを明記すべきなので以下の通り修正すべき。 【修正案】 プラットフォームを介在する取引には、様々な形態があると考えられる。ここでは、いわゆるBtoC型とCtoC型のEC取引について特に着目し、検討していくこととする。	プラットフォームを介在する取引には、様々な形態があると考えられる。ここでは、いわゆるBtoC型とCtoC型について特に着目し、検討していくこととする。
15	10 第2の2(1)アンケート調査からみる消費者トラブルの状況	11 第2の2(1)アンケート調査からみる消費者トラブルの状況	品質のトラブルの定義がこの項目では説明がなく分からない。届いた商品や提供されるサービスが想定していたものと異なるなど、定義や例示をここに置かないと以降の理解が進まないと考える。	商品やサービスの品質に関するトラブルがあった
16	12 第2の2(1)アンケート調査からみる消費者トラブルの状況	13 第2の2(1)アンケート調査からみる消費者トラブルの状況	ここはアンケート結果を客観的に記載する箇所であり意見は入れるべきでないため、「この結果に対して」以下は削除すべき。 【修正案】 「だれにも相談せずに放置した（あきらめた）」という回答も15～25%程度あり、特に、オークション・フリマ出品者において数値が大きかった。この結果に対して、「オークション・フリマの出品者がトラブルにあったときに、どこにも相談場所がないということが数字に表れている」という意見があった。	（誰にも相談できずあきらめた人は15～25%） 「だれにも相談せずに放置した（あきらめた）」という回答も15～25%程度あり、特に、オークション・フリマ出品者において数値が大きかった。この結果に対して、「オークション・フリマの出品者がトラブルにあったときに、どこにも相談場所がないということが数字に表れている」という意見があった。
17	13 第2の2(1)アンケート調査からみる消費者トラブルの状況	14 第2の2(1)アンケート調査からみる消費者トラブルの状況	ここはアンケート結果を客観的に記載する箇所であり意見は入れるべきでないため、「この結果に対して」以下は削除すべき。 【修正案】 一方で、「解決にはつながったが、対応内容には満足していない」という回答も一定数あった。この結果に対して、「トラブルの対応をしてもらうまでに手間がかかるので、少額取引である場合は相談せずに諦めている利用者もいる可能性がある」という意見があった。	一方で、「解決にはつながったが、対応内容には満足していない」という回答も一定数あった。この結果に対して、「トラブルの対応をしてもらうまでに手間がかかるので、少額取引である場合は相談せずに諦めている利用者もいる可能性がある」という意見があった。
18	14 第2の2(2)消費生活相談の現場等からみる消費者トラブルの状況（柱書き）	15 第2の2(2)消費生活相談の現場等からみる消費者トラブルの状況（柱書き）	類型化の目的は重要なので、第2章の2（消費者トラブルの状況）にも第6（提言）と同じ記載をすべきと考える。	第6 提言 そこにどのような課題があるかを明らかにし、その課題解決の方向性を探ることを目的に、トラブルについて、一定の類型化を行った

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見		備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
19	14 第2の2(2)消費生活相談の現場等からみる消費者トラブルの状況(柱書き)	15 第2の2(2)消費生活相談の現場等からみる消費者トラブルの状況(柱書き)	消費者トラブル事例は「事例」であるため文言を統一すべき。今回の類型化には事業者側から強い反対意見があり、違和感があると明確に表明したまま不可彫りすることなく無理やり類型化したものであることから、以下のように修正すべき。なお、各類型における項目名とピックアップ事例がちぐはぐであるためにこういった意見が出るのであって、以降続く類型化についてはむしろ、項目名だけにして詳細説明を一切省いてはどうか。そうすれば第2の3において取組事例を項目立てした場合とのバランスが保たれるように思う。 【修正案】 本専門調査会の第2回において実施したヒアリングを参考に、プラットフォームが介在する取引における課題を明らかにすることを目的として、消費生活相談の現場からみる消費者トラブルの事例を整理の上、類型化を試みた。多数の消費者トラブル事例を類型化することは、トラブルの内容に共通の原因が推測できても、消費者がどのような解決を望むかによっても変わり得ることや、各個別事例の原因を調査・確認することができないこと、各事例を十分に分析していないこと、プラットフォームが介在しない取引におけるトラブル事例との比較検証を行っていないことなどから困難であるが、課題を明らかにし、課題解決の方向性を検討するための素材として、以下のような類型化が考えられる。		本専門調査会の第2回において実施したヒアリングを参考に、プラットフォームが介在する取引における課題を明らかにすることを目的として、消費生活相談の現場からみる消費者トラブルを整理の上、類型化を試みた。多数の消費者トラブルを類型化することは、トラブルの内容に共通の原因が見られても、消費者がどのような解決を望むかによっても変わり得るため困難であるが、課題を明らかにし、課題解決の方向性を検討するための素材として、以下のような類型化が考えられる。
20	14-20 第2の2(2)消費生活相談の現場等からみる消費者トラブルの状況	15-21 第2の2(2)消費生活相談の現場等からみる消費者トラブルの状況	類型化したことの説明に意味はないのではないかと。		「以下のような類型化が考えられる」と類型化した」
21	14 第2の2(2)ア(ア)加盟店管理	15 第2の2(2)ア(ア)出品者等管理	この説明では、ほぼ全てのトラブルが「加盟店管理」の類型になり得るのではないかと。		消費生活相談の現場から挙げられた事例において、信憑性の低い情報商材の販売や出品者が瑕疵のある商品を提供していることによる消費者トラブルが生じている。 これは商品の品質の問題との類型化も可能であり、また、消費(相談)者への提供者の対応が主たる原因の場合もあると考えられるが、消費者より連絡を受けたにもかかわらずプラットフォーム事業者が適切な販売者管理を行っていないと消費者に思わせる事例であり、プラットフォーム事業者による出店・出品審査及び出店・出品後のモニタリングに係わる事例であることから「加盟店管理」と類型化した。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
22	14 第2の2(2)ア(ア)加盟店管理	15 第2の2(2)ア(ア)出品者等管理	消費者トラブル事例はあくまでピックアップされた事例であること、「生じている」と言い切るような分析はなされていないことから、以下全てにおいて「消費者トラブルが生じている」は「消費者トラブル事例があった」とすべき。また類型化への反対意見があったことを明確にすべき。以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、信憑性の低い情報商材の販売や出品者が瑕疵のある商品を提供していることによる消費者トラブル事例が<u>あった</u>。 プラットフォーム事業者による出店・出品審査及び出店・出品後のモニタリングに係わる事例とも推測できることから「加盟店管理」と類型化した<u>が、これは商品の品質の問題との類型化も可能であり、また、プラットフォーム事業者ではなく財・サービスの提供者の対応が主たる原因の場合もあると考えられ、加盟店管理として整理すべきでないとの意見もあった。</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、信憑性の低い情報商材の販売や出品者が瑕疵のある商品を提供していることによる消費者トラブルが生じている。 これは商品の品質の問題との類型化も可能であり、また、消費(相談)者への提供者の対応が主たる原因の場合もあると考えられるが、消費者より連絡を受けたにもかかわらずプラットフォーム事業者が適切な販売者管理を行っていないと消費者に思わせる事例であり、プラットフォーム事業者による出店・出品審査及び出店・出品後のモニタリングに係わる事例であることから「加盟店管理」と類型化した。
23	14 第2の2(2)ア(イ)情報管理	15-16 第2の2(2)ア(イ)情報管理	不正ログインが成立する原因には本人確認の手薄さもあると考えられることから、「本人確認や決済に必要な情報がパスワードの一致のみとしていること」と追加すべき。	また、消費者がフィッシング詐欺等によってカード情報を盗まれた可能性もあるが、消費者からみるとショッピングモールからの情報漏れを疑うことや、
24	14 第2の2(2)ア(イ)情報管理	16 第2の2(2)ア(イ)情報管理	「注文解約やサービスの再開等の対応を行う相手はショッピングモールやプラットフォーム事業者になるため、「情報管理」と類型化した。」の意味が繋がっていない。	注文解約やサービスの再開等の対応を行う相手はショッピングモールやプラットフォーム事業者になるため、「情報管理」と類型化した。
25	14 第2の2(2)ア(イ)情報管理	15-16 第2の2(2)ア(イ)情報管理	あくまで情報管理への不安という事例であるから以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、不正アクセスによってクレジットカードを他人に不正使用されたことで不安、不利益を被る消費者トラブル事例があった。 相談内容からは、ショッピングモールからカード情報が漏れたという事実は必ずしも確認できず、また、消費者がフィッシング詐欺等によってカード情報を盗まれた可能性もあるが、プラットフォーム事業者による情報管理への不安として整理し、「情報管理」と類型化した。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、不正アクセスによってクレジットカードを他人に不正使用されたことで不安、不利益を被る消費者トラブルが生じている。 相談内容からは、ショッピングモールからカード情報が漏れたという事実は必ずしも確認できず、また、消費者がフィッシング詐欺等によってカード情報を盗まれた可能性もあるが、消費者からみるとショッピングモールからの情報漏れを疑うことや、注文解約やサービスの再開等の対応を行う相手はショッピングモールやプラットフォーム事業者になるため、「情報管理」と類型化した。
26	14 第2の2(2)ア(ウ)表示・利用規約	16 第2の2(2)ア(ウ)表示・利用規約	「表示・利用規約」の「利用規約」に関する記載が本文中に存在しない。	—

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
27	15 第2の2(2)ア(ウ)表示・利用規約	16 第2の2(2)ア(ウ)表示・利用規約	事例分析が不十分であり類型化に反対意見があったことを踏まえて以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①海外の旅行サイトやホテル予約サイトを用いた際に、行ったら予約が取れていなかったり、②想定を超えた料金の支払いを請求されたり、③注文確認画面がなく注文ミスに気が付くことができなかった等の事例があった。また、最安店を選んで注文したはずだが画面表示の不具合でさらに安い店が存在していた等の消費者トラブル事例があった。 注文時の入力確認用の画面の作り方に起因する注意事項の見難さも原因の一つの可能性もあることから、「表示・利用規約」と類型化した<u>が、各事例の詳細な情報や背景が不明で表示や利用規約が原因だったかわからないこと、表示主体がプラットフォーム事業者なのか財・サービスの提供者なのかもわからないこと、消費者の不注意や確認不足が原因の場合もあり得ることから、当該事例を表示・利用規約として整理すべきではないという意見もあった。</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①海外の旅行サイトやホテル予約サイトを用いた際に、行ったら予約が取れていなかったり、②想定を超えた料金の支払いを請求されたり、③注文確認画面がなく注文ミスに気が付くことができなかった等の消費者トラブルが生じている。また、最安店を選んで注文したはずだが画面表示の不具合でさらに安い店が存在していた等の消費者トラブルも生じていた。 消費者の不注意や確認不足が原因の場合もあり得るが、注文時の入力確認用の画面の作り方に起因する注意事項の見難さも原因の一つの可能性もあることから、「表示・利用規約」と類型化した。
28	15 第2の2(2)ア(エ)支払手続・決済	16 第2の2(2)ア(エ)支払手続・決済	事例が不明確。注文者が異なっていることが判明したのであれば、トラブルは解決しているのではないか。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、注文時に販売者から誘導された方法で支払後、連絡が途絶えた上に注文者が異なっていることが判明したという収納代行型の決済システムを不正利用したと思われる消費者トラブルが発生している。
29	15 第2の2(2)ア(エ)支払手続・決済	16 第2の2(2)ア(エ)支払手続・決済	事例分析が不十分であり類型化に反対意見があったことを踏まえて以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、注文時に販売者から誘導された方法で支払後、連絡が途絶えた上に注文者が異なっていることが判明したという収納代行型の決済システムを不正利用したと思われる消費者トラブル事例があった。 決済システムにかかわることであるため、「支払手続・決済」に類型化した<u>が、プラットフォームの決済システムに原因があるかわからない、そもそも取引はなりすましサイトで行われた可能性があるとの意見があった。</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、注文時に販売者から誘導された方法で支払後、連絡が途絶えた上に注文者が異なっていることが判明したという収納代行型の決済システムを不正利用したと思われる消費者トラブルが発生している。 原因においてプラットフォーム側の責任があるかは必ずしも明らかではないが、決済システムにかかわることであるため、「支払手続・決済」に類型化した。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
30	15 第2の2(2)ア(オ)ポイント・割引	16 第2の2(2)ア(オ)ポイント・割引	事例分析が不十分であり類型化に反対意見があったことを踏まえ、また購入のきっかけだったかどうか事例からは判断できないことから決めつけるべきでないことを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、ショッピングモールでのポイントの提供条件が分かりにくく、結局付与されなかったという消費者トラブル事例があった。 消費者においては、ポイントが付与されることが購入のきっかけだった可能性があること、ポイント付与等の付加的サービスに関する不満を述べていると考えられることから、「ポイント・割引」に類型化したが、各事例の詳細な情報や背景が不明で「ポイント・割引」の仕組みそのものが原因だったかわからないこと、プラットフォーム事業者あるいは加盟店による表示に問題があった可能性もあることから、当該事例を「ポイント・割引」として整理すべきではないという意見もあった。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、ショッピングモールでのポイントの提供条件が分かりにくく、結局付与されなかったという、ポイントに関する消費者トラブルが生じている。 消費者の不注意の可能性はあるものの、消費者においては、ポイントが付与されることが購入のきっかけだったため、ポイント付与等の付加的サービスに関する不満を述べており、「ポイント・割引」に類型化した。
31	15 第2の2(2)ア(カ)配送	17 第2の2(2)ア(カ)配送	プラットフォームとの関わりがないか、不明確な事例であり、事例の分析も不十分であることから、削除すべき。 仮にどうしてもこの項目を残すのであれば、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、商品の誤配送や商品未着等の配送に関する消費者トラブル事例があった。 期日よりも配送が遅れることによるトラブルと考えられるため「配送」と類型化したが、当該トラブル事例とプラットフォーム事業者との関わりが不明であること、プラットフォーム自身は配送を行っていない場合が多く、どちらかというと財・サービスの提供者による表示の問題である可能性があることから、「配送」として類型化すべきでないという意見もあった。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、商品の誤配送や商品未着等の配送に関する消費者トラブルが生じている。 内容的には「表示」（記載された日数よりも配送が遅延）に分類することも可能だが、期日よりも配送が遅れることによるトラブルであったため、「配送」に類型化した。
32	16 第2の2(2)ア(キ)解約・返品	17 第2の2(2)ア(キ)解約・返品・返金	事例分析が不十分であり、本件はサイト運営者自身が売主となる共同購入クーポンサイトの事例と考えられプラットフォーム事業者の事例としては不適切であることなどから、削除すべき。 仮にどうしてもこの項目を残すのであれば、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、共同購入クーポンサイトでの解約による返金をめぐる消費者トラブル事例があった。 解約・返金をめぐるトラブル解決に向けたサイト側からの提案と消費者の要求とが一致していないことから「解約・返金」と類型化したが、共同クーポン購入サイトは通常クーポン自体の売主がサイト運営者であって今回検討の対象となっているプラットフォームとは異なることから、そもそも当該事例をプラットフォームにおけるトラブルとして類型化すべきでないという意見もあった。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、ショッピングモールでの解約による返金をめぐる消費者トラブルが生じている。 サイト側からトラブル解決に向けた提示はあるが、それに対し、消費者はサイト側の提示とは異なる解約、返品を求めているため、「解約・返金」と類型化した。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
33	16	第2の2(2)イ(ア)加盟店管理	17	第2の2(2)イ(ア)出品者等管理	CtoCの取引においては、出品者も個人であるため、加盟店管理という記載は誤解を招くため、出品者管理の方が正しい記載と考える。	イ オークション・フリマサイト取引関連（CtoC関連） （ア）加盟店管理
34	16	第2の2(2)イ(ア)加盟店管理	17	第2の2(2)イ(ア)出品者等管理	CtoCの事例において加盟店と称することが適切でないこと、交渉がこじれたことに着目するのであれば交渉と類型化すべきであること、事例分析が不十分であることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 （ア）出品者・出品物管理 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者側からの相談として、①瑕疵がある商品や偽ブランド品を送られ返金請求にも対応しない、②支払期限の表示が出品者とプラットフォーム事業者で一致せずどちらが正しいか不明、③医薬品等の法的に出品が禁止されている商品の出品、④プラットフォームの提供する仕組み外の取引方法を持ちかけられた等の消費者トラブル事例があった。 また、出品者側からの相談として、①「なりすまし」による出品行為の被害を受けた、②購入者と音信不通になった等の消費者トラブル事例があった。 これは商品の品質や表示の問題、出品者や購入者の対応の問題、法律を知らなかった等の知識不足による出品者の過失も考えられるが、<u>プラットフォーム事業者による出品者・出品物の確認やモニタリングに係わる事例とも推測できることから「出品者・出品物管理」と類型化した。</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者より、①瑕疵がある商品や偽ブランド品を送られ返金請求にも対応しない、②支払期限の表示が出品者とプラットフォーム事業者で一致せずどちらが正しいか不明、③医薬品等の法的に出品が禁止されている商品の出品、④プラットフォームの提供する仕組み外の取引方法を持ちかけられた等の消費者トラブルが生じている。 また、出品者より、①「なりすまし」による出品行為の被害を受けた、②購入者と音信不通になった等の消費者トラブルが発生している。 これは商品の品質や表示の問題との類型化も可能であり、出品者や購入者の対応に問題があることが主たる原因の場合もあると考えられる。法律を知らなかった等の知識不足による出品者の過失の可能性も考えられる。しかし、利用者としては出品者との連絡が取れなかったり、交渉がこじれたりした場合に、取引の場であるプラットフォームを管理するプラットフォーム事業者に被害を訴えることは考えられる事例であることから、「加盟店管理」と類型化した。
35	16	第2の2(2)イ(イ)情報管理	18	第2の2(2)イ(イ)情報管理	不正ログインが成立する原因には本人確認の手薄さもあると考えられることから、「本人確認や決済に必要な情報がパスワードの一致のみとしていること」と追加すべき。	購入者、出品者それぞれの事例において、オークション・フリマサイトが原因であるという事実は必ずしも確認できず、また、消費（相談）者の過失も考えられるが、

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
36	16-17 第2の2(2)イ(イ)情報管理	17-18 第2の2(2)イ(イ)情報管理	プラットフォームとの関わりがないか、不明確な事例であり、事例の分析も不十分であること、類型化そのものへの反対意見もあったことから、以下のように修正すべき。なお購入者からの相談とされている事例は実際は購入者ではなく（購入者は第三者）、購入者として整理することは事実誤認。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、オークション・フリマサイトで<u>第三者による携帯キャリア決済の不正利用をされたという消費者トラブル事例があった。</u> また、出品者側からの相談として、①知人にアカウントのパスワードを無断変更され不正利用された、②購入者から取引メッセージ上でクレジットカード情報を詐取された等の消費者トラブル事例があった。 それぞれの事例において、オークション・フリマサイトが原因であるという事実は必ずしも確認できず、また、消費(相談)者の過失も考えられるが、悪意を持って不正利用する者が現在進行形で行っている取引への対応や今後の被害の未然防止、拡大防止を、しるべき者が行うことが必要と考えられるため、「情報管理」と類型化した。この点、いずれの事例もプラットフォーム事業者の情報管理とは直接関係のないところで起こったトラブルであり、事業者は出品者や取引等のモニタリングによって防止しようと努力している分野であることから、「情報管理」として類型化すべきではないという意見もあった。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者より決済手段の乗っ取りによるオークション・フリマサイトの不正利用をされたという消費者トラブルが生じている。 また、出品者より、①知人にアカウントのパスワードを無断変更され不正利用された、②購入者の不正行為によりクレジットカード情報を詐取された等の消費者トラブルが生じている。 購入者、出品者それぞれの事例において、オークション・フリマサイトが原因であるという事実は必ずしも確認できず、また、消費(相談)者の過失も考えられるが、悪意を持って不正利用する者が現在進行形で行っている取引への対応や今後の被害の未然防止、拡大防止を行い得るのは、不正利用者の情報を持っているプラットフォーム事業者が行うことが可能と考えられるため、「情報管理」と類型化した。
37	17 第2の2(2)イ(ウ)表示・利用規約	18 第2の2(2)イ(ウ)表示・利用規約	利用者はその処分結果に必ずしも納得しておらず、詳細な理由は非開示のため、「利用規約における判断基準があいまいで」と追加すべき。	また出品者の事例では、本人の過失・確認不足の場合もあると考えられるが、一方において

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
38	17 第2の2(2)イ(ウ)表示・利用規約	18 第2の2(2)イ(ウ)表示・利用規約	プラットフォームとの関わりが不明確な事例であり、BtoCでは加盟店の表示については加盟店管理に類型化していたこととの矛盾が生じていること、どちらの表示についての問題なのか区別しない限り対応策が考えられないこと、挙げられた事例については規約そのものというより規約の理解についての事例であることなどから、以下の通り修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者側からの相談として、①出品者の出品物に対する情報について、虚偽表示があった、②落札後のキャンセルに伴い出品者から表示がないのに根拠不明の請求を受けた、という消費者トラブル事例があった。また、出品者側からの相談として、①事業者から売上金出金の指示があったがログインせずにいたら規約上の留保期間を経過した売上金が消滅した、②規約違反によってアカウントが停止されたが売上金が没収されてしまうのか不安という消費者トラブル事例があった。 購入者からの相談事例では、出品者の対応が主たる原因と考えられるが、表示に関するトラブル事例とも考えられる。また出品者からの相談事例では、本人の過失・確認不足も考えられるが、出品者に対して示している表示・利用規約の認識が不十分である可能性も考えられる。これらのことから、「表示・利用規約」と類型化した。出品者による表示とプラットフォーム事業者による表示は区別して考えるべきところ、購入者からの相談事例は明らかに出品者による表示に起因するものと考えられること、出品者からの相談事例は規約そのものというより規約の理解に関する相談であることから、それらをまとめて「表示・利用規約」と類型化すべきではないという意見もあった。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者より、①出品者の出品物に対する情報について、虚偽表示があった、②落札後のキャンセルに伴い出品者から根拠不明の請求を受けた、という消費者トラブルが生じている。また、出品者より、①規約上の留保期間を経過した売上金が消滅した、②規約違反によって売上金が没収された等の消費者トラブルが生じている。 購入者の事例では、出品者の対応が主たる原因とも考えられるが、一方において表示・利用規約に関して十分に理解していない可能性も考えられる。また出品者の事例では、本人の過失・確認不足の場合もあると考えられるが、一方において購入者、出品者の双方が表示・利用規約の説明等が不十分である可能性も考えられる。これらのことから、「表示・利用規約」と類型化した。
39	17 第2の2(2)イ(エ)評価・口コミ・レビュー	18 第2の2(2)イ(エ)評価・口コミ・レビュー	「相手方からの報復を恐れてありのままのコメントの記載が困難であるという消費者トラブル」とあるが、これは消費者トラブルなのか。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、相手方からの報復を恐れてありのままのコメントの記載が困難であるという消費者トラブルが生じている。
40	17 第2の2(2)イ(エ)評価・口コミ・レビュー	18 第2の2(2)イ(エ)評価・口コミ・レビュー	他の事例と異なり、「対応が必要」と断定されており、本項目のみ他とは異なる表現になっている。そのため、他とも平仄を揃えて「この事例では、評価や口コミなどに関係しているため、「評価・口コミ・レビュー」と類型化した。」に修正すべきと考える。	この事例では、評価の仕組み、体系的な対応が必要となるため、「評価・口コミ・レビュー」と類型化した。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見		備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
41	17 第2の2(2)イ(エ)評価・口コミ・レビュー	18 第2の2(2)イ(エ)評価・口コミ・レビュー	取り上げられているケースにおいては、評価の仕組み・システム対応では解決できないのではないため、類型化として不十分である。以下の通り修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、相手方からの報復を恐れてありのままのコメントの記載が困難であるという消費者トラブル事例があった。 この事例では、評価の仕組み、システム的な対応が必要となる考えられるため、「評価・口コミ・レビュー」と類型化した。が、これらの事例は仕組みやシステム上の問題ではなく利用者の道徳観やリテラシーの問題と捉えるべきという意見もあった。		消費生活相談の現場から挙げられた事例において、相手方からの報復を恐れてありのままのコメントの記載が困難であるという消費者トラブルが生じている。 この事例では、評価の仕組み、システム的な対応が必要となるため、「評価・口コミ・レビュー」と類型化した。
42	17 第2の2(2)イ(オ)支払手続・決済	19 第2の2(2)イ(オ)支払手続・決済	「消費者はプラットフォーム事業者と連絡が取れないことでなぜキャンセルとなったのかの理由が不明であることを問題としているため、「支払手続・決済」と類型化した。」の意味が繋がっていない。		この事例では、消費者はプラットフォーム事業者と連絡が取れないことでなぜキャンセルとなったのかの理由が不明であることを問題としているため、「支払手続・決済」と類型化した。
43	17 第2の2(2)イ(オ)支払手続・決済	18-19 第2の2(2)イ(オ)支払手続・決済	事例の分析が不十分であり、プラットフォーム事業者との関わりが不明確であることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、支払をしたはずが「支払エラー」扱いで入手できなかった、という消費者トラブル事例があった。 この事例では、支払エラーの原因が、<u>消費者側の通信環境によるものや、消費者側の口座残高不足によるもの等、様々なものが考えられるが、決済の段階で起きた</u>トラブル事例とも考えられるため、「支払手続・決済」と類型化した。		消費生活相談の現場から挙げられた事例において、支払をしたはずが「支払エラー」扱いで入手できなかった、という消費者トラブルが生じている。 この事例では、消費者はプラットフォーム事業者と連絡が取れないことでなぜキャンセルとなったのかの理由が不明であることを問題としているため、「支払手続・決済」と類型化した。
44	17-18 第2の2(2)イ(カ)品質	19 第2の2(2)イ(カ)財、サービスの品質	「第2(2)ア(ア)」の事例と類型として何ら異なるところはないのではないか。		—

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目			意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
45	17-18	第2の2(2)イ(カ)品質	19	第2の2(2)イ(カ)財、サービスの品質	「品質」が「出品物の」品質であることを明確にすべきであること、CtoC市場において「加盟店」と称することに違和感があること、出品物の品質であれば出品者の管理より出品物のモニタリングに着目すべきであることから、以下のように修正すべき。なお、BtoCのほうでは同様の問題を「加盟店管理」と類型化しているにもかかわらずこちらは出品物の「品質」と類型化していることに、本報告書案の類型化の基準の揺らぎと矛盾を感じざるを得ない。 【修正案】 (カ) <u>出品物の品質</u> 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、<u>購入者側からの相談として、①出品されていたギフト券が利用できないものだった、②偽ブランド品の疑いがある商品の受取を出品者から強制される等の消費者トラブル事例があった。</u> また出品者側からの相談として、①出品したギフト券の番号が出品後に漏洩し売却不能になった、②出品した商品につき購入者から偽物とクレームを受けた等の消費者トラブル事例があった。 購入者の事例では、出品者の対応が主たる原因の場合もあると考えられ、出品者の事例では購入者がクレマーだという可能性も考えられる。また、ブランド品の真贋を素人が判断することは難しく、出品者の過失とも言えない可能性も考えられるが、プラットフォーム事業者による出品物のモニタリングが不十分であるとも考えられること、商品自体に問題があるものが出品されている可能性があることから、「出品物の品質」と類型化した。
46	18	第2の2(2)イ(キ)配送	19	第2の2(2)イ(キ)配送	挙げられた事例からは結果として商品未返還のままだったかや売上金が支払われなかったかは不明のため決めつけるべきでないことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、商品の誤配送や商品未着等、配送に関する消費者トラブル事例があった。 この事例の場合、<u>配送業者の手違いによる商品遅配のため、プラットフォームにおけるトラブル事例とは言えない可能性もあるが、「配送」と類型化した。</u>
47	18	第2の2(2)イ(ク)解約・返品	19	第2の2(2)イ(ク)解約・返品・返金	未成年者取消を認めないことを直ちに消費者トラブルとするのは妥当ではないのではないか。より事例の詳細を記載する必要があるのではないかと。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
48	18	第2の2(2)イ(ク)解約・返品	19	第2の2(2)イ(ク)解約・返品・返金	出品者側からの相談事例として挙げられた事例はスマートフォンを「購入した」未成年者の親からの相談事例であること、情報が少なく購入者に過失がなかったと決めるけることは適当でないことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者側からの相談事例として①代金を支払ったものの商品未着のまま出品者と連絡途絶した、②代金を支払ったものの商品が未着である、③未成年者取消をプラットフォーム事業者が認めない、等の消費者トラブル事例があった。 ①②の原因は販売者側もしくは配送業者にある可能性があると考えられ、③は購入者側が年齢を偽ったのかプラットフォーム事業者側の仕組みや対応に問題があったのか不明であるが、消費者が解約を望んでいることから、「解約・返品」と類型化した。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者にて①代金を支払ったものの商品未着のまま出品者と連絡途絶した、②代金を支払ったものの商品が未着である、等の消費者トラブルが生じている。 また出品者にて、未成年者取消をプラットフォーム事業者が認めない、という消費者トラブルが生じている。 購入者の事例では、購入者に過失はなく原因は販売者側もしくは配送業者にある可能性があると考えられるが、解約や返金を望んでいること、出品者の事例ではプラットフォーム事業者の規約、対応に問題がある可能性もあると考えられ、消費者が解約を望んでいることから、「解約・返品」と類型化した。
49	18-19	第2の2(2)イ(ケ)トラブル救済	19-20	第2の2(2)イ(ケ)トラブル救済	事例紹介の説明が不足しており読み手の誤解を生む可能性があることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、購入者側からの相談として、①商品未着につき補償を求めたが出品者の住所が不完全のため補償対象外とされた、②プラットフォーム外での取引を持ちかけられプラットフォーム外で代金を支払ったものの商品が未着である、③偽ブランド品を購入させられたが個人出品はプラットフォーム事業者の補償対象外として補償を受けられなかった、④出品者が表示と異なる粗悪な商品を納品したにも関わらず強硬に解約対応拒否し、これに対するプラットフォーム事業者の関与に不満がある、等の消費者トラブル事例があった。 また出品者側からの相談として、①購入者の送付先住所が不完全で商品を送れず当事者間での話し合いも困難だがプラットフォーム事業者が解決してくれない、②出品した商品につき購入者が代理人弁護士を立ててクレームをつけてきた、等の消費者トラブル事例があった。 プラットフォーム外での取引に応じてしまっているものや出品物自体の品質に問題があると考えられるものもあるが、購入者、出品者共に、トラブル発生時の救済依頼に対するプラットフォーム事業者の対応に不満を持っているため、「トラブル救済」に類型化した。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①購入者にて商品未着につき補償を求めたが出品者の住所表示不完全のため補償対象外とされた、②代金を支払ったものの商品が未着である、③偽ブランド品を購入させられたがプラットフォーム事業者の補償対象外として補償を受けられなかった、④出品者が表示と異なる粗悪な商品を納品したにも関わらず強硬に解約対応拒否し、これに対するプラットフォーム事業者の関与に不満がある、等の消費者トラブルが生じている。 また出品者にて、①購入者の送付先住所表示が不完全で商品を送れず当事者間での話し合いも困難だがプラットフォーム事業者の対応が悪い、②出品した商品につき購入者が代理人弁護士を立ててクレームをつけてきた、等の消費者トラブルが生じている。 購入者、出品者共に、救済依頼に対するプラットフォーム事業者の対応に不満を持っているため、「トラブル救済」に類型化した。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目			意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
50	19	第2の2(2)ウ(ア)加盟店管理	20	第2の2(2)ウ(ア)出品者等管理	事例のピックアップが適切でない（説明と合致していない）、説明がわかりにくい、加盟店による対応の問題がプラットフォームの加盟店管理に結びつく点に説明がないことから、②を削除したうえで以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①役務提供後にクラウドソーシングの依頼主との連絡が途絶した、②ホストからの要請に応じて宿泊予約をキャンセルした後にホストと連絡途絶して返金処理されなかった、等の消費者トラブル事例があった。 提供者と消費者の間のコミュニケーションに関する事例とも考えられ、サービスや役務の提供者の対応に問題があるとも考えられるが、プラットフォーム事業者によるサービス提供者の審査やモニタリングに関する事例とも考えられるため、「加盟店管理」と類型化した。
51	19	第2の2(2)ウ(イ)情報管理	20	第2の2(2)ウ(イ)情報管理	シェアリングエコノミーに関するサービスの場合、特に対面でのサービスが行われるベビーシッターサービスや家事代行サービスの場合、相当慎重に本人確認を行っており、一概に個人情報を聞くことが悪いこととはいえない。取得する情報を少なくすれば、その分ハードルが下がるが、ハードルを下げ過ぎると、「捨てアカウント」などで利用する者が増え、レビューシステムを根幹とするシェアリングエコノミーサービスの設計そのものを揺るがすことになるため、このような事例を具体的に示すのは適切ではないと考える。
52	19	第2の2(2)ウ(イ)情報管理	20	第2の2(2)ウ(イ)情報管理	情報管理に問題があった事例ではなく、あくまで情報管理への不安という事例であるから以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、登録のために多くの情報を求められており、他の業者に比べ執拗に個人情報をきいてくるため心配になったとの消費者トラブル事例があった。 プラットフォーム事業者の個人情報の収集・取扱いへの不安に関する事例のため、「情報管理」と類型化した。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
53	19-20	第2の2(2)ウ(ウ)表示・利用規約	21	第2の2(2)ウ(ウ)表示・利用規約	②や③はクレームに近いものであり、具体的な内容を記載せずに抽象化するのでは違和感がある。 いずれのケースも規約や条件を事前にしっかりと読めば生じなかったトラブルであり、「説明が不十分である可能性も考えられる」とするよりも、「説明に工夫を要する」くらいにすべきではないか。この項目で注記する必要はないが、利用者（消費者）の利用規約や条件への意識をしっかりとってもらうことが必要ということを付記することも本報告書の重要な意義であると考ええる。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①予約後に提供条件が一方的に変更され条件が合わないためキャンセルしたところ、キャンセル料を請求された、②プラットフォームの提供する特典（お祝い金）の提供条件について不満がある、③月額料金の発生条件に関する不満である等の消費者トラブルが生じている。 これらの事例では、利用者の確認不足、不注意等の過失が主たる原因の場合もあると考えられるが、プラットフォーム事業者の対象者への表示・利用規約の説明が不十分である可能性も考えられるため、「表示・利用規約」と類型化した。
54	19	第2の2(2)ウ(ウ)表示・利用規約	21	第2の2(2)ウ(ウ)表示・利用規約	事例について背景情報が不足しており、プラットフォームによる表示なのかサービス提供者による表示なのかわからないこと、表示や規約が問題の所在なのかわからないことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①予約後に提供条件が一方的に変更され条件が合わないためキャンセルしたところ、キャンセル料を請求された、②プラットフォームの提供する特典（お祝い金）の提供条件について不満がある、③月額料金の発生条件に関する不満がある等の消費者トラブル事例があった。 これらの事例では、 <u>原因の所在は様々なものが考えられ、一概にいうことができないものの、サービス提供者またはプラットフォーム事業者が事前に消費者に示している表示・規約に関する事柄である可能性があるため、「表示・利用規約」と類型化した。これに対し、各事例の詳細な情報や背景が不明で表示や利用規約が原因だったかわからないこと、表示主体がプラットフォーム事業者なのか財・サービスの提供者なのかわからないこと、消費者の不注意や確認不足が原因の場合もあり得ることから、当該事例を表示・利用規約として整理すべきではないという意見もあった。</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、①予約後に提供条件が一方的に変更され条件が合わないためキャンセルしたところ、キャンセル料を請求された、②プラットフォームの提供する特典（お祝い金）の提供条件について不満がある、③月額料金の発生条件に関する不満である等の消費者トラブルが生じている。 これらの事例では、利用者の確認不足、不注意等の過失が主たる原因の場合もあると考えられるが、プラットフォーム事業者の対象者への表示・利用規約の説明が不十分である可能性も考えられるため、「表示・利用規約」と類型化した。
55	20	第2の2(2)ウ(エ)評価・口コミ・レビュー	21	第2の2(2)ウ(エ)評価・口コミ・レビュー	事例からは背景事情がわからず、利用者による対応が不可能と決め付けるべきでないことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、クラウドソーシングを通じて役務提供後、評価欄に虚偽の記載をされた、という消費者トラブル事例があった。 <u>取引相手からの評価内容に対する不満であるため「評価・口コミ・レビュー」と類型化した。</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、クラウドソーシングを通じて役務提供後、評価欄に虚偽の記載をされた、という消費者トラブルが生じている。 報告者の記載によると虚偽の評価をされたとのことで、プラットフォームを利用している者には対応することが不可能であるため、「評価・口コミ・レビュー」と類型化した。

16

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目			意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
56	20	第2の2(2)ウ(オ)品質	21	第2の2(2)ウ(オ)財、サービスの品質	「品質」がサービス提供者による「提供サービスの」品質であることを明確にすべきであることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 (オ) <u>提供サービスの品質</u> 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、スキル不足の人間による役務提供に不満があるという消費者トラブル事例があった。 こうした場合には、解約・返金の問題になる可能性もあるが、サービスや役務の提供がメインと考えられるシェアリングサービスであれば提供される<u>サービスの品質</u>が想定より低かったことととらえられることから、「提供サービスの品質」と類型化した。
57	20	第2の2(2)ウ(カ)解約・返品	21	第2の2(2)ウ(カ)解約・返品・返金	購入者事例の元になっている相談は「SNSでフードデリバリーサービスのアプリから、お寿司の注文をして、クレジットカードで決済した。料理は一人分で、料金は1,706円と手数料で合わせて2,086円だった。事業者から、予め料理が到着する予定の時間の知らせが届いたが、その時間にスマートフォンの充電が切れてしまったことと、体調が悪くなりトイレに行っていたことが重なり、その後確認した時には、「配達完了」となっていた。配達前だと繋がる電話番号へ急いで電話をしたが、既に、配達人が「配達完了ボタン」を押してしまったことから、非通知に変わり、連絡が取れない状況となった。コールセンターに電話をして、状況を話したが、約束の場所で10分待ったが連絡がとれなかったため、返金はできないと言われた。」というものと推察されるが、昨年9月時点でもコメントを記載したとおり、不幸な事案ではあるが、お寿司ということは生ものであるから、玄関先に置いて帰る訳にもいかないし、充電が切れてしまっただけではプラットフォームも配達員も連絡が取れず何もできないため、これはプラットフォームや提供者側に保証や対応を求めるのは酷な事案である。この事例で「購入者に過失はなく原因は販売者側もしくは配送業者にあると考えられ」と断定することは明らかに誤導である。記載するとすれば「購入者の事例では解約や返金を望んでいること…から、「解約・返品」と類型化した。」程度ではないか。 出品者事例の基になった具体的事例は昨年9月時点では示されていない。どの相談を基にこの「出品者の事例ではプラットフォーム事業者の規約、対応に問題があると考えられ、解約を望んでいる」という記載に至ったのか、具体的に示されたい。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目			意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
58	20	第2の2(2)ウ(カ)解約・返品	21	第2の2(2)ウ(カ)解約・返品・返金 挙げられた事例からは購入者に過失がなかったかの判断ができず、スマホの電池切れは購入者側の過失とも考えられること、原案の説明でなぜ規約や対応の問題ではなく「解約・返品」の問題と類型化されるのかわからないこと、サービス提供の事例で「返品」とするには違和感があることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 (カ) 解約・返金 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、偶発的な理由から商品未受領にもかかわらず配達完了として処理された、という消費者トラブル事例があった。 返金を望んでいることから、「解約・返品」と類型化した。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、偶発的な理由から商品未受領にもかかわらず配達完了として処理された、という消費者トラブルが生じている。 購入者の事例では、購入者に過失はなく原因は販売者側もしくは配送業者にあると考えられ解約や返金を望んでいること、出品者の事例ではプラットフォーム事業者の規約、対応に問題があると考えられ、解約を望んでいることから、「解約・返品」と類型化した。
59	20	第2の2(2)ウ(キ)トラブル救済	21	第2の2(2)ウ(キ)トラブル救済 取引相手のサービス品質の問題とも考えられることから、以下のように修正すべき。なお、家事代行サービスでスキル不足に不満があった事例とこちらの事例とで類型化が異なる理由を説明いただきたい。 【修正案】 消費生活相談の現場から挙げられた事例において、生地を提供してワンピースの縫製を依頼するも不十分な仕上がりだった、という消費者トラブル事例があった。 取引相手の提供サービスの品質に関する事例とも考えられるが、プラットフォーム事業者が介入して救済してくれないことに不満を持っているため、「トラブル救済」に類型化した。	消費生活相談の現場から挙げられた事例において、生地を提供してワンピースの縫製を依頼するも不十分な仕上がりだった、という消費者トラブルが生じている。 プラットフォーム事業者の救済対応に不満を持っているため、「トラブル救済」に類型化した。
60	21	第2の3プラットフォーム事業者等の消費者保護に関する自主的取組	22	第2の3プラットフォーム事業者等の消費者保護に関する自主的取組 ヒアリングの結果、こういったトラブル防止の取組を行っているのかを個別に明示すべき（前回のドラフトで右側に記載されていたものを記載すれば足りると思う。）。	—
61	21	第2の3プラットフォーム事業者等の消費者保護に関する自主的取組	22	第2の3プラットフォーム事業者等の消費者保護に関する自主的取組 プラットフォーム事業者の自主的取組については、序盤2回を割いて事業者から説明しましたので、この程度の記載にまとめるのではなく、BtoC、CtoC、シェアエコのそれぞれについて、行っている代表的な取組はこの報告書においてもちゃんと周知していただきたい。	—

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
62	21 第2の3 プラットフォーム事業者等の消費者保護に関する自主的取組	22 第2の3 プラットフォーム事業者等の消費者保護に関する自主的取組	本専門調査会において、複数の事業者から数回に渡って自主的取組をヒアリングしたはずであり、これらの結果をたった5行程度でしか表現しないことは、報告書としてボリュームの配分が適切でないことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 本専門調査会に参加した事業者（事業者団体）においては、取引環境の健全性や消費者の安全性、利便性の向上を図るために、消費者保護に関する自主的な取組を行っていることが、本専門調査会のヒアリングを通じて確認できている。こうした取組は、消費者が安心、安全な場の下で取引を行うことに一定の役割を果たしているとみられる。 【プラットフォーム事業者による取組例】 ・ルール・ガイドラインの整備 ・出店にあたっての審査 ・トラブル時のプラットフォーム事業者による補償対応 ・消費者の声を聞くためのカスタマーサポート体制の構築 ・違法・規約違反出品の監視・巡回 ・不適切な表示の監視 ・お客様からの通報に基づく目視確認、 ・エスクローサービスの導入 ・決済システム等におけるセキュリティ対策の実施 ・利用者の違反行為に対するペナルティやアカウント停止措置の実施・利用者が参考とするための口コミや評価機能の設置 ・なりすましサイトや不正利用の監視 ・行政機関や外部機関、権利者や消費生活センター等との連携 ・認証制度の創設	本専門調査会に参加した事業者（事業者団体）においては、取引環境の健全性や消費者の安全性、利便性の向上を図るために、消費者保護に関する自主的な取組を行っていることが、本専門調査会のヒアリングを通じて確認できている。具体的には、トラブル時のプラットフォーム事業者による補償対応や消費者の声を聞くためのカスタマーサポート体制の構築、違法出品や不適切な表示に関する出品商品の監視・巡回、お客様からの通報に基づく目視確認、支払いに関してエスクローサービスの導入、利用者の違反行為に対するペナルティやアカウント停止措置等多岐にわたっている。こうした取組は、消費者が安心、安全な場の下で取引を行うことに一定の役割を果たしているとみられる。
63	21 第2の4 小括	22-23 第2の4 小括	トラブル解決はプラットフォーム側の義務ではないため、「プラットフォーム側で対応しきれない内容もあるため」と追加すべき。	その要因としては、例えば、取組が不十分なプラットフォームを利用してトラブルに遭遇したことや、取組は行っているものの相談者とやり取りをしても折り合いがつかず、
64	21 第2の4 小括	23 第2の4 小括	プラットフォーム事業者・利用者・消費生活相談員がいて、利用者はプラットフォーム事業者と相談したが、折り合いがつかず消費生活相談員に相談をしたということか？記載ぶりを見直していただきたい。	取組は行っているものの相談者とやり取りをしても折り合いがつかず、相談現場に相談が寄せられた

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第2 プラットフォームを介在する取引における消費者トラブルの状況とプラットフォーム事業者等の自主的取組

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
65	21 第2の4小括	22-23 第2の4小括	専門調査会に出席し発表を行った事業者の取組みについては概ね評価されていたこと、そもそも取組みを行っていない事業者がいるらしいこと、取組みを行っている事業者と行っていない事業者とは区別すべきであること、何度も言うように詳細な情報も分析もないため事例と紐づいた類型化が正確とは言い難いこと、トラブルが発生しているというより事例を紹介したに留まることから、以下のよう に修正すべき。 【修正案】 また、消費生活相談の現場から挙げられた相談事例を類型化することで、各事例の<u>詳細な背景はわからず、内容的に見れば差異はあるものの、各サービスである程度共通の様々な消費者トラブル事例があると推測できることが分かった。</u> 次に、3でプラットフォーム事業者も取引環境の健全化や利用者の安全性、利便性を高め、トラブルを未然防止するために、様々な取組を行っていることも明らかになった。 このようなプラットフォーム事業者の取組がある一方でアンケート調査結果で約3割の回答者がトラブルの経験を持っており、消費生活相談窓口にトラブル事例が報告されている要因としては、例えば、取組を行って<u>いなかったり、取組みが不十分なプラットフォームを利用してトラブルに遭遇した可能性</u>や、取組は行っているものの相談者とやり取りをしても折り合いがつかず、相談現場に相談が寄せられた可能性などが考えられる。	また、消費生活相談の現場から挙げられた相談事例を類型化することで、内容的に見れば差異はあるものの、各サービスである程度共通の様々な消費者トラブルが発生していることが分かった。 次に、3でプラットフォーム事業者も取引環境の健全化や利用者の安全性、利便性を高め、トラブルを未然防止するために、様々な取組を行っていることも明らかになった。 このようなプラットフォーム事業者の取組にもかかわらず、アンケート調査結果で約3割の回答者がトラブルの経験を持っており、消費生活相談にトラブル事例が報告されている。その要因としては、例えば、取組が不十分なプラットフォームを利用してトラブルに遭遇したことや、取組は行っているものの相談者とやり取りをしても折り合いがつかず、相談現場に相談が寄せられたことなどが考えられる。
66	22 コラム3	24-25 コラム3	国民生活センターが注意喚起したことを書いているのであるから、タイトルを以下のように変更すべき。 【修正案】 <u>国民生活センターからのフリマサービスに関する注意喚起</u>	注意喚起「相談急増！フリマサービスでのトラブルにご注意」

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第3 プラットフォームを介在する取引に係る規定の整理

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
67	26 第3 プラットフォームが介在する取引に係る規定の整理（柱書き）	28 第3 プラットフォームを介在する取引に係る規定の整理（柱書き）	この章はあくまで既存の法律の整理を行うべきであり、プラットフォームを利用した取引自体に適用される特別法がないことを個別の項目で説明するべきでないこと、プラットフォームが介在する取引に関する法律について整理を行っていることを最初を最後で繰り返すことに違和感があることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 プラットフォームが介在する取引に関連する法令等について、本専門調査会では、事務局において、①契約に関する法令等（民法、消費者契約法、特定商取引法等）、②広告表示に関する法令等（景品表示法、特定商取引法、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律、健康増進法等）、③決済に関する法律（資金決済法、割賦販売法）、④その他の業法等（古物営業法、プロバイダ責任制限法、シェアリングエコノミーに関する各種業法）、⑤国際私法関係（法の適用に関する通則法、民事訴訟法）、⑥消費生活相談員 関係（消費者安全法）に分類した上で適用関係の整理を行った。なお、プラットフォーム事業者が介在する取引全体に着目し、これを対象とする特別法は存在しない。	プラットフォームが介在する取引に関連する法令等について、本専門調査会では、事務局において、①契約に関する法令等（民法、消費者契約法、特定商取引法等）、②広告表示に関する法令等（景品表示法、特定商取引法、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律、健康増進法等）、③決済に関する法律（資金決済法、割賦販売法）、④その他の業法等（古物営業法、プロバイダ責任制限法、シェアリングエコノミーに関する各種業法）、⑤国際私法関係（法の適用に関する通則法、民事訴訟法）、⑥消費生活相談員 関係（消費者安全法）に分類した上で整理を行った。
68	28 第3の2 プラットフォームが介在する取引そのものを対象とする特別法の不存在	28 第3の1 プラットフォームを介在する取引そのものを対象とする特別法の不存在	この章はあくまで既存の法律の整理を行うべきであり、プラットフォームを利用した取引自体に適用される特別法がないことを個別の項目で説明するべきでないことから、柱書きに一文付け加えることとし、この項目は削除すべきである。 【修正案】 2—プラットフォームが介在する取引そのものを対象とする特別法の不存在 —現行法においては、プラットフォームが介在する取引について、取引の種類や取引の一部の局面に着目した個別の特別法が部分的に存在するが、プラットフォーム事業者が介在する取引全体に着目し、これを対象とする特別法は存在しない。	現行法においては、プラットフォームが介在する取引について、取引の種類や取引の一部の局面に着目した個別の特別法が部分的に存在するが、プラットフォーム事業者が介在する取引全体に着目し、これを対象とする特別法は存在しない。
69	30-31 第3の4 消費者契約法	33 第3の4 「消費者契約法」及び「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」（柱書き）	消費者契約法との関係で、「プラットフォームが介在する取引においては、消費者の行為は常にプラットフォーム事業者の行為を介して行われるという点も指摘できる。」という説明が何を説明したいのかわかりず、削除すべき。削除しないのであれば、いつのどなたの発言なのか、消費者契約法にどう繋がるのか説明いただきたい。以下のように修正すべき。 【修正案】 しかしながら、いわゆるBtoCの関係に適用されるものであり、CtoCには適用がないとされている。しかし、プラットフォーム上の取引においては相手方が「消費者」であるのか、「事業者」であるのか（つまり、②iiであるかiiiであるか）について、他方当事者からは必ずしも明らかではない場合があるとの指摘がある。	しかしながら、いわゆるBtoCの関係に適用されるものであり、CtoCには適用がないとされている。しかし、プラットフォーム上の取引においては相手方が「消費者」であるのか、「事業者」であるのか（つまり、②iiであるかiiiであるか）について、他方当事者からは必ずしも明らかではない場合がある。この点について、消費生活相談の現場からの指摘があった。さらに、プラットフォームが介在する取引においては、消費者の行為は常にプラットフォーム事業者の行為を介して行われるという点も指摘できる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第3 プラットフォームを介する取引に係る規定の整理

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
70	32-33	第3の5 消費生活相談員に関する規定	36	第3の5 消費生活相談員に関する規定	消費者庁と解釈についてすり合わせができていないのであれば、きちんとすり合わせを行うべき。	－
71	35-37	コラム5	38-40	コラム5	淡々と紹介すべきであって、「時代に合わせて進化！」に違和感があるため、タイトルから「時代に合わせて進化！」は削除すべき。	時代に合わせて進化！電子商取引及び情報財取引に関する準則（平成14年3月、経済産業省）（最終改正 平成30年7月）

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第4 海外の動向

No.	該当項目		意見		備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
72	38-50 第4 海外の動向	41-52 第4 海外の動向	海外の事例を紹介するにしても、本文に記載するのであれば、今回の議論の結果として直結する事項にとどめ、そうでない部分は参考資料に落としてはいかがか。事項の追記が複数みられるが、報告書全体のバランスからして分量が多すぎるように思う。		—
73	38 第4の1(1) EU：消費者のためのニューディール	41 第4の1(1) EU：消費者のためのニューディール	消費者のためのニューディールは法令ではなく提案であるので、「策定」ではなく「提案」のほうが正しいのではないか。(3)以降アの項目に該当するものが書かれていないことと平仄があわないので、むしろわざわざアの項目を設けず、イに含めて文章化したほうがすっきりするのではないか。		ア 策定日、策定者 策定日(公表日)：2018年4月11日 策定者：欧州委員会 (European Commission) イ 策定の背景・目的等
74	39 第4の1(2) EU：オンライン仲介のビジネスユーザーのための公平性と透明性の促進に関する規則提案	42 第4の1(2) EU：オンライン仲介サービスのビジネスユーザーのための公平性と透明性の促進に関する規則提案	こちら規則「提案」であるので、「策定」ではなく「提案」のほうが正しいのではないか。また、(1)同様提案の背景や目的を記載すべきではないか。(3)以降アの項目に該当するものが書かれていないことと平仄があわないので、むしろわざわざアの項目を設けず、提案の背景・目的等を含めて文章化したほうがすっきりするのではないか。		ア 策定日、策定者 策定日(公表日)：2018年4月26日 策定者：欧州委員会 (European Commission)
75	49 第4の4 小括	52 第4の4 小括	ニューディールは、欧州議会・理事会・欧州委の三者合意がまだなされていない。この状況で「ルール整備が求められている」ではなく、「ルール整備が議論されている」とすべき。 【修正案】 「消費者のためのニューディール」提案のような横断的なルール整備が議論されている現状にある。		「消費者のためのニューディール」提案のような横断的なルール整備が求められている現状にある。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第4 海外の動向

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
76	49	第4の4小括	52	第4の4小括	諸外国の状況を端的に整理し記載すべきであって、ここにそれら状況に対する評価や日本の状況に対する意見・主張を記載すべきではないことから、この項目は全削除すべきである。 仮にどうしてもこの項目を残す場合は、日本の状況に関する意見・主張は削除した上で、EUについての「横断的なルール整備が求められている」は、事実即した「横断的なルール整備が議論されている」という記載とすべきである。 なお、日本の状況に対する意見「CtoC取引の取引形態に対して必ずしも対応したものとなっていない」について、C2C取引に関しては民法があり、対応していないわけではない。しかし、民法上の債務を一方が履行しないときや、互いの主張が異なるときに、どのように履行させるか、誰が事実確認する（できる）のかといった点において悩ましい点が多いことは発言してきたとおりである。ここでの「CtoC取引の取引形態に対して必ずしも対応したものとなっていない」と表現している部分について、具体的にどういう場面のことを言っているのか説明願いたい。	電子商取引が通信販売の延長であった時期から、プラットフォーム事業者の存在を前提としたビジネスモデルの発展と多様化により、さらなる進展の時期に至った現在においては、電子商取引に係るルール整備と、そこでの消費者保護ルールの形成状況は、前項までに取り上げたように、国際的には新たな展開をみせている。 このうち、これまで関連する消費者保護法制度が比較的整備されていたEUなどの国々では、さらに法的な対応が必要な事項に対して、加盟各国の個別立法対応による間隙を埋めるべく、「消費者のためのニューディール」提案のような横断的なルール整備が求められている現状にある。 他方で、中国などのように、包括的な新規立法を図った国々では、この機会に従来の法制度整備の不備を補いつつ、新たなビジネスモデルを加味した先進的な法体系の整備を進めており、一定の要件に該当する場合には、一部、プラットフォーム側の責任を認める条項を定めるに至っている。（中国「電子商取引法」第38条、韓国「電子商取引法」第20条の3） 一方、我が国においては、プラットフォーム事業者の存在を前提としたビジネスモデルの取引環境の健全化や消費者の安全性確保に対しては、関係行政機関の取組や、各事業者の自主的な取組が行われてはいるものの、現状の関連する各ルールの規定は、例えばCtoC取引の取引形態に対して、必ずしも対応したものとなっていない面も認識されるなど、検討すべき余地が残っているものと考えられる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第5 プラットフォームを介在する取引の重要性や特徴

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）		
	事前照会案	3/26報告書(案)				
77	51	第5 プラットフォームが介在する取引の重要性や特徴 （柱書き）	53	第5 プラットフォームを介在する取引の重要性や特徴 （柱書き）	観点のみを示すべきであって、多様なプラットフォームがある中で、これに基づいた評価を一方的にすべきでない。また、当該記載が第11回専門調査会の千葉教授の資料に基づくものであることを明記すべき。この項目そのものについて異論があるため、以下のように修正すべき。 【修正案】 第5 プラットフォームが介在する取引の特徴を考えるにあたっての観点 プラットフォームには様々な形態が存在し、その状況は多様であると考えられる。どのような観点で各プラットフォームの特徴を捉えることができるか、第11回専門調査会において有識者からヒアリングを行った。以下は、そのヒアリング内容から考えられる観点をまとめたものである。プラットフォームが介在する取引の特徴を考えるにあたって非常に参考となるという意見があった一方で、必ずしも全てのプラットフォーム事業者に該当するとは限らないという意見もあったことに留意が必要である。	プラットフォーム事業者には様々な規模、仕組み、提供サービス、収益構造等があり、その状況は多様であると考えられる。そのため、必ずしも全てのプラットフォーム事業者に該当するとは限らないものの、プラットフォームが介在する取引の特徴について、以下のような観点がみられる。
78	51	第5の1 インターネット取引の規模の拡大と社会における重要性の高まり	53	第5の1 インターネット取引の規模の拡大と社会における重要性の高まり	観点を示す部分であって「何かをすべき」ことを書くべきではないため、この項目は全削除すべき。なお、市場の拡大は報告書の始めのほうで既に記載されている。	第1でみたように、プラットフォームが介在する取引を含むインターネット取引の規模は拡大を続けており、今後も、利便性が高いことやICTの一層の進展により、消費形態としてその重要性が一層高まっていくと考えられる。とりわけ、一種のプラットフォームについては、社会経済上不可欠な基盤と位置付けられるとの指摘もあり、社会における重要性の高まりを背景に、消費者が安心して利用できる仕組みを策定することや、事業者が行う消費者保護に向けた自主的取組を促進することが社会全体にとって望ましい。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第5 プラットフォームを介在する取引の重要性や特徴

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
79	51 第5の2 プラットフォーム事業者が 定めたルール・設計（シス テム）に基づ く取引 （柱書き）	53-54 第5の2 プラットフォーム事業者が 定めたルール・設計（シス テム）に基づ く取引 （柱書き）	あくまで有識者が考える観点や評価の紹介であること、反対意見があることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 2 プラットフォーム事業者が定めたルール・設計（システム）への依存度 プラットフォーム事業者は、多数の事業者、消費者が参加することが可能な市場そのものを設計し、同市場における取引ルール（利用規約）を定めている場合もあると考えられる。 したがって、そのプラットフォーム上で締結される利用者間の契約は、利用者間の意思の合致により成立してはいるものの、上記設計及びルール（約款）の在り方に依存している場合もあると考えられる。 <u>この観点については、例えばプラットフォームで行われる取引が売買契約であった場合、民法や特定商取引に関する法律によるルールを変更するような利用規約や約款を定めている例は極めて珍しいのではという意見があった。</u> <u>プラットフォーム事業者の提供するシステムによって依存度が変わりうる観点としては例えば、以下（１）及び（２）が考えられる。</u>	プラットフォーム事業者は、多数の事業者、消費者が参加することが可能な市場そのものを設計し、同市場における取引ルール（利用規約）を定めている。 したがって、そのプラットフォーム上で締結される利用者間の契約は、利用者間の意思の合致により成立してはいるものの、上記設計及びルール（約款）の在り方に依存している場合もある。 プラットフォーム事業者の提供するシステムとしては例えば、以下（１）及び（２）がある。
80	52 第5の2（１） 利用者の選択 権の基礎とな る情報の提供	54 第5の2（１） 利用者の選択 権の基礎とな る情報の提供	あくまで有識者が考える観点や評価の紹介であること、反対意見があることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 （１）利用者の選択権の基礎となる情報の提供の有無 プラットフォーム事業者の設計したシステムに基づく、利用者（提供者）の広告表示や、レビュー機能等が、プラットフォーム上の取引につき、他方利用者にとって、意思形成の重要な基礎となっている場合もある。 <u>この観点については、広告表示は取引相手である売主やサービス提供者自らが行っていることが多く、レビューも過去の利用者が自ら書いているものであって、単なる広告表示やレビュー機能の提供の有無だけでは依存度は判断できないという意見があった。</u>	プラットフォーム事業者の設計したシステムに基づく、利用者（提供者）の広告表示や、レビュー機能等が、プラットフォーム上の取引につき、他方利用者にとって、意思形成の重要な基礎となっている場合もある。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第5 プラットフォームを介在する取引の重要性や特徴

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）		
	事前照会案	3/26報告書(案)				
81	52	第5の2(2) マッチング機能の提供	54	第5の2(2) マッチング機能の提供	あくまで有識者が考える観点や評価の紹介であること、反対意見があることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 (2) マッチング機能の有無 プラットフォーム事業者のなかには、利用者との利用規約等に基づき、利用者から情報の提供等を受け、当該情報を活用した検索機能などのシステムを利用者に提供することにより、当該プラットフォーム上において利用者間で締結される契約のきっかけを提供しているとも考えられる（いわゆるマッチング機能）。こうした、プラットフォーム事業者のシステムの提供は、利用者間の効果意思の合致に至るまで尽力はしてははいないものの、その役割は重要であるという考え方がある。 <u>この観点について、通常ECプラットフォームで提供している検索機能は、キーワードという利用者が自ら入力した情報に基づいて、利用者自らが検索した結果をもとに、利用者自らが選択しているのであって、単なる検索機能の提供有無では依存度は判断できないという意見があった。</u>	プラットフォーム事業者は、利用者との利用規約等に基づき、利用者から情報の提供等を受け、当該情報を活用した検索機能などのシステムを利用者に提供することにより、当該プラットフォーム上において利用者間で締結される契約のきっかけを提供している（いわゆるマッチング機能）。 こうした、プラットフォーム事業者のシステムの提供は、利用者間の効果意思の合致に至るまで尽力はしてははいないものの、その役割は重要であるといえる。
82	52	第5の3 個々の取引への関与度合い	54	第5の3 個々の取引への関与度合い	あくまで有識者が考える観点や評価の紹介であること、反対意見があることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 プラットフォーム事業者によっては、個々の取引における債務の履行として対価支払（決済）について、当該プラットフォーム事業者を介する方法を提供したり、商品発送の一部を担うなどの対応もみられ、それらが契約の重要な履行の一部を行っているともみることでもあるのではないかとこの考え方がある。 <u>この観点について、決済システムのプラットフォームはECプラットフォームに限らず様々なレイヤーで多く存在することや、配送に関わるといっても様々な関わり方があることから、単なる決済システムの提供や配送への関わりをもって「重要な履行の一部」と評価するべきではないという意見があった。</u>	プラットフォーム事業者によっては、個々の取引における債務の履行として対価支払（決済）について、当該プラットフォーム事業者を介する方法を提供したり、商品発送の一部を担うなどの対応もみられ、契約の重要な履行の一部を行っているともみることでもある。
83	52	第5の4 収益構造	54	第5の4 収益構造	あくまで有識者が考える観点や評価の紹介であること、反対意見があることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 プラットフォーム事業者の提供するシステムは、「プラットフォーム事業者・利用者（提供者）」、「プラットフォーム事業者・利用者（購入・利用者）」の多面（両面）市場であると言われている。プラットフォーム事業者が異なる市場の利用者に同時にサービスを提供することにより、いわゆる間接ネットワーク効果が働き、各市場相互の利用者が増加し、こうしたシステムにより、プラットフォーム事業者は利益（手数料、広告費等）を収受しているという考え方がある。 <u>この点について、事業者である以上どこからかは収益を得るものであって、収益の有無はプラットフォームの特徴とは言えないのではないかとこの意見があった。</u>	プラットフォーム事業者の提供するシステムは、「プラットフォーム事業者・利用者（提供者）」、「プラットフォーム事業者・利用者（購入・利用者）」の多面（両面）市場であると言われている。プラットフォーム事業者が異なる市場の利用者に同時にサービスを提供することにより、いわゆる間接ネットワーク効果が働き、各市場相互の利用者が増加し、こうしたシステムにより、プラットフォーム事業者は利益（手数料、広告費等）を収受している。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第5 プラットフォームを介在する取引の重要性や特徴

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
84	52-53	第5の5 プラットフォーム事業者には取引に係る様々なデジタル情報が集約	55 第5の5 プラットフォーム事業者による紛争解決の可能性	あくまで有識者が考える観点や評価の紹介であること、反対意見があることを踏まえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 5 プラットフォーム事業者が取得するデジタル情報の内容や種類 プラットフォーム事業者には、取引に係る様々な情報（例えば、提供者、購入・利用者両方の氏名、住所、決済に係る事項等）が集約されており、①消費者トラブルが生じた取引がその時点でどのような状態にあるのか、②消費者トラブルが生じた際にどのような解決の手段を取りうるか等、トラブル当事者に比べ、集約した情報を活用した対応ができる可能性が高いといえる。 したがって、プラットフォーム事業者は、何らかの対応が必要である場合は、あらかじめ規約で定めることにより、プラットフォーム上で消費者トラブルが生じた際に、悪質な参加者のアカウントを停止したりするといった措置をとることにより、取引の場を正常な状態に戻すことができる可能性を有するといえるのではないかと考える。 <u>この観点について、BtoCかCtoCかでも状況が異なる（例：BtoCであれば特商法上の表記に事業者情報が記載されている）ことや、①も②についてもわからないからこそ解決がなかなかできず苦労していることから、こういった考え方には賛同できないという意見があった。</u>
85	53	第5の6 プラットフォーム事業者と利用者（消費者）の関係性	55 第5の6 プラットフォーム事業者と利用者（消費者）間の情報量等の格差	プラットフォーム上の取引の特徴を考えるに当たっての観点ではなくプラットフォームはこうあるべきという有識者の意見なので、全削除すべき。 利用者が消費者である場合、プラットフォーム事業者と当該利用者との間には情報の質、量、交渉力の格差が存在するといえ、消費者基本法・消費者契約法の趣旨を鑑みると、財・サービス提供者（B）に加え、プラットフォーム事業者は、①消費者の安全の確保、②消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保、③必要な情報及び教育の機会の提供等の重要性を踏まえた取組等を行うことが求められているといえる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
86	54 第6 提言 (柱書き)	56 第6 提言 (柱書き)	説明が不足しており提言に繋がっていないのと、踏み込みすぎた記載が多いため以下のように修正すべき。 【修正案】 本専門調査会では、プラットフォームが介在する取引における消費者からの相談事例やアンケート結果をもとに、トラブルについて一定の類型化を試みた。 また、本専門調査会に参加したプラットフォーム事業者から、消費者保護に向けた自主的取組についてヒアリングを実施し、様々な取組がなされていることも分かった。事業者によれば、<u>類型化された項目自体はトラブルが起こりうる点として認識しており、トラブルが起こらないよう様々な自主的取組を行っているとのことであったが、それらの取組を消費者に伝えているか、伝わっているかについては課題が残っていること、特にCtoC取引において出品者と購入者の意見が食い違う場合や、一方が民法上の債務をきちんと履行していない可能性がある場合にどのように解決に導けばいいのかといった悩みがあることも明らかになった。</u> <u>自主的取組を行っている事業者がいる一方で、行っていないかまたは取組みが不十分な事業者が存在する可能性が指摘され、消費生活相談窓口に相談が寄せられているという現状や、アンケートで3割はトラブル経験があるという結果もあるなか、</u>本専門調査会は、こうした状況を踏まえ、利用者がより安心してプラットフォームが介在する取引を利用できるようにするためには、取引に関わる各主体がその役割を考えて取組を進め、その取組みを広げていくことが重要であるとの考えにたち、利用者の安心、安全に向けて、プラットフォームが介在する取引に関わる各主体による取組が期待される事項について、提言を行うものである。	プラットフォームが介在する取引は、今後、ますます重要性が高まることが考えられる。こうした取引を、消費者が安心して利用することができることは、我が国社会にとって、重要なテーマである。 本専門調査会では、プラットフォームが介在する取引における消費者トラブルを指摘し、そこにどのような課題があるかを明らかにし、その課題解決の方向性を探ることを目的に、トラブルについて一定の類型化を行った。 また、本専門調査会に参加したプラットフォーム事業者から、消費者保護に向けた自主的取組についてヒアリングを実施し、様々な取組がなされていることも分かった。それでもなお、プラットフォーム取引が介在する取引において、消費者トラブルは生じている。 本専門調査会は、こうした状況を踏まえ、利用者が安心してプラットフォームが介在する取引を利用できるようにするためには、取引に関わる各主体がその役割を果たし取組を進めていくことが重要であるとの考えにたち、利用者の安心、安全に向けて、プラットフォームが介在する取引に関わる各主体が取組むべき事項について、提言を行うものである。
87	54 第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	56-57 第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	AICJから既に指摘している通り、名古屋地判平成20年3月28日（判時2029号89頁）は事例判決であるばかりか、下級審判決であり判例ではない。このような事例を「枠組みを前提とした上で」とあたかも一般的に妥当する法令解釈のように捉えること自体に誤謬があり、無理矢理に（判例ともよばれない）下級審の結論を導くための一事例判断（しかも傍論）を使い、今回の報告書について、司法の権威を借りて、正当化しているように見えてしまう。この判決の事例を詳細に見ても、到底これをプラットフォーム全般を射程とおさめるには極めて無理があるし、前回指摘させていただいたにもかかわらず再検討がなされず、この下級審の事例判例の一部分を強調しようというのは「誤導」を狙っていると疑われる。司法や法学にくだしくない一般国民を対象読者と考えたとき、法的先例性もないものを殊更引用して一般論を展開することは無理があり、あらためて削除を求める。	インターネット・オークション運営者について、前掲名古屋地判平成20年3月28日（判時2029号89頁）は、「信義則上、利用者に対して欠陥のないシステムを構築してサービスを提供すべき義務を負う」としている。この義務の内容は、「そのサービス提供当時におけるインターネット・オークションを巡る社会情勢、関連法規、システムの技術水準、システムの構築及び維持管理に要する費用、システム導入による効果、システム利用者の利便性等を総合考慮して判断されるべきである。」となっている。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)				
88	55	第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	56-57	第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	「被害発生を回避することができる可能性を有するともいえる。こうしたことから、プラットフォーム事業者は、取引環境の健全化を図り、利用者が、当該プラットフォーム上において、①安全に取引を行い、かつ、②合理的な選択の機会を確保するためのシステムを構築する役割を担う立場にあるといえる。」は論理に飛躍があるのではないか。	プラットフォーム上のトラブルの未然防止や不正な取引を行う利用者の排除等による被害発生を回避することができる可能性を有するともいえる。こうしたことから、プラットフォーム事業者は、取引環境の健全化を図り、利用者が、当該プラットフォーム上において、①安全に取引を行い、かつ、②合理的な選択の機会を確保するためのシステムを構築する役割を担う立場にあるといえる。
89	55	第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	57	第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	「全てのプラットフォーム事業者にも同様の取組を行うことが求められる。」 「全てのプラットフォーム事業者がこうした取組を行うことを期待する。」につき、どのような取組を行うべきかは、プラットフォームの性質等によるため、例示に過ぎないことを明らかにするべきではないか。	そのようなプラットフォーム事業者等については更に積極的な取組が期待されると共に、全てのプラットフォーム事業者にも同様の取組を行うことが求められる。消費者からみれば、利用するプラットフォームが積極的に消費者保護の取組を実施しているかどうか、実際にプラットフォームを利用しないと知り得ない場合がある。プラットフォーム全体の信頼性を高めるためにも、全てのプラットフォーム事業者がこうした取組を行うことを期待する。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
90	54-55 第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	56-57 第6の1 プラットフォーム事業者の役割 (柱書き)	委員から賛同を得ていない一方的な評価が書かれていたり踏み込んだ記載が多いため、前半2段落を削除のうえ、以下のように修正すべき。 【修正案】 第5のとおり、（中略）みられる。 インターネット・オークション運営者について、（中略）立場にあるといえる。 消費者の視点にたてば、プラットフォーム事業者の規模、仕組み、取扱商品等により取組内容が異なる場合もあるとみられるが、以下に示す取組例は、本専門調査会においてヒアリングを行ったプラットフォーム事業者等においては、既に取り組まれていることも含まれている。そのようなプラットフォーム事業者等については更に積極的な取組が期待されると共に、他の全てのプラットフォーム事業者についても同様の取組を行うことが望ましい。 <u>また、消費者からみれば、利用するプラットフォームが積極的に消費者保護の取組を実施しているかどうか、実際にプラットフォームを利用しないと知り得ない場合、あるいはプラットフォームを利用していても気づかない場合がある。プラットフォーム全体の信頼性を高め、より安心して利用できるようにするためにも、1つでも多くのプラットフォーム事業者がこうした取組を行うとともに、消費者にその取組について情報発信することを期待する。</u>	第5のとおり、プラットフォームを介した取引においては、プラットフォーム事業者は、利用者を増加させることを前提として、自身が定めた「利用規約」と「設計」により構築されたシステム（市場）を提供し、利用者はこれらの範囲内において取引行為を行うことによりマッチングが行われている。こうしたプラットフォーム事業者の行為は、利用者の契約の締結に向けた意思形成過程に影響を与えているという指摘もある。 また、一部のプラットフォーム事業者においては、プラットフォーム上の利用者間取引の決済等、契約の履行につき不可欠な役割を担う場合もみられる。 インターネット・オークション運営者について、前掲名古屋地判平成20年3月28日（判時2029号89頁）は、「信義則上、利用者に対して欠陥のないシステムを構築してサービスを提供すべき義務を負う」としている。この義務の内容は、「そのサービス提供当時におけるインターネット・オークションを巡る社会情勢、関連法規、システムの技術水準、システムの構築及び維持管理に要する費用、システム導入による効果、システム利用者の利便性等を総合考慮して判断されるべきである。」となっている。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
						上記判決で示された枠組みを前提としたうえで、上記指摘や一部のプラットフォーム事業者の役割を踏まえると、プラットフォーム事業者は、利用者に関する情報の集約等を通じて、プラットフォーム上のトラブルの未然防止や不正な取引を行う利用者の排除等による被害発生を回避することができる可能性を有するともいえる。こうしたことから、プラットフォーム事業者は、取引環境の健全化を図り、利用者が、当該プラットフォーム上において、①安全に取引を行い、かつ、②合理的な選択の機会を確保するためのシステムを構築する役割を担う立場にあるといえる。 消費者の視点にたてば、プラットフォーム事業者の規模、仕組み、取扱商品等により取組内容が異なる場合もあるとみられるが、例えば以下のような役割を担うことが重要と考えられる。以下に示す取組例は、本専門調査会においてヒアリングを行ったプラットフォーム事業者等においては、既に取り組まれていることも含まれている。そのようなプラットフォーム事業者等については更に積極的な取組が期待されると共に、全てのプラットフォーム事業者にも同様の取組を行うことが求められる。消費者からみれば、利用するプラットフォームが積極的に消費者保護の取組を実施しているかどうか、実際にプラットフォームを利用しないと知り得ない場合がある。プラットフォーム全体の信頼性を高めるためにも、全てのプラットフォーム事業者がこうした取組を行うことを期待する。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
91	55-56	第6の1(1) 財・サービスの提供者に係る審査（出店・出品審査、モニタリング）の実施	57-58 第6の1(1) 財・サービスの提供者（利用者）に係る審査（出店・出品審査、モニタリング）の実施	評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。 【修正案】 (1) 財・サービスの提供者に係る審査・モニタリングの実施 第2で述べたように、（中略）取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ 出店審査や、提供者、購入・利用者に係る情報の把握。 ○ 出品されている商品や提供されているサービス等の調査、モニタリング。 ○ 外部から提供される情報の調査やモニタリングへの活用 ○ 安心した取引を行うことができない利用者や加盟店への注意、プラットフォームからの退去勧告、プラットフォーム利用禁止等事後的な対応。 ○ 外部機関や行政機関との連携。 第2で述べたように、プラットフォームが介在する取引における消費者トラブルの状況を見ると、例えば、信憑性の低い情報商材の販売、中古品を新品と偽って販売(BtoC取引)、出品者が瑕疵のある商品を提供しているにもかかわらず返品に応じない、出品禁止物を販売している(CtoC取引)等により消費者トラブルが生じている。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○プラットフォームが健全で安全な取引環境を提供するものとなるために、基本的かつ最低限の安全確認事項として、出店・出品審査、提供者、購入・利用者に係る正確な情報の把握。 ○出店・出品審査等にかかる審査基準を可能な範囲で公表。 ○財・サービスの提供者、購入・利用者、消費生活相談員等から取引に係る情報提供があった場合の調査、適切なモニタリング。 ○トラブルの多い利用者等に対する注意、退店勧告等、出店時だけではなく消費者からの情報提供等に基づく事後的な対応。 ○行政機関と連携した法令違反事業者への対応。
92	56	第6の1(2) プラットフォーム事業者から消費者への情報提供	58 第6の1(2) 各種取組に関する消費者への情報提供	情報提供は事業者による様々な取組についての情報提供というくくりで書くべきであるから、位置はここではなく後ろにもって来るべきではないか。また、柱書きの書き方には異論あり。いっそ削除してはどうか。 【修正案】 (2) 各種取組に関する消費者への情報提供 第2で述べたように、（中略）例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ プラットフォーム事業者の相談窓口の設置やトラブル解決のサポート、取引の安全のためにしている取組等について、消費者に分かりやすい形で表示、広報。 第2で述べたように、少なくとも、本専門調査会に参加した事業者、事業者団体においては、様々な消費者トラブルの未然防止や事後的な救済等について取組を行っている。消費者の選択や利便性に資するよう、プラットフォーム事業者がどのような消費者保護の取組を行っているか消費者に分かりやすく情報提供することが重要である。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○消費者の選択や利便性に資するようプラットフォーム事業者の相談窓口の設置やトラブル解決のサポート等の取組について、消費者に分かりやすい形で表示、広報。また啓発活動の実施、わかりやすいガイドの作成。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
93	56 第6の1(3) 分かりやすい財・サービスに係る表示	59 第6の1(3) 分かりやすい財・サービスに係る表示	「画像が多く分かりやすい商品表示や商品説明の表示。」これをプラットフォーム事業者が行うことは不可能なのではないか。	【プラットフォーム事業者の取組】 ○画像が多く分かりやすい商品表示や商品説明の表示。
94	56 第6の1(3) 分かりやすい財・サービスに係る表示	58-59 第6の1(3) 分かりやすい財・サービスに係る表示	評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。また、プラットフォーム自身の表示ではなく財・サービス提供者の表示の適切性をプラットフォームがいかに保っていくかという話なので、以下のように修正すべき。 【修正案】 (3) 分かりやすい財・サービスに係る表示 プラットフォーム事業者は、（中略）例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ 財・サービス提供者が従うべき表示ルールやガイドラインの整備 ○ 財・サービス提供者に対する表示に関わる法令等の啓蒙 ○ 財・サービス提供者による表示のモニタリング ○ 外部から提供される情報のモニタリングへの活用 ○ 財・サービス提供者がわかりやすい表示をするための仕組みの提供	プラットフォーム事業者は、プラットフォーム上で取引される財・サービスについて、消費者トラブルにつながる不適切な表示をなくすための工夫を行うことが重要である。また、表示にかかるチェック体制を構築することも重要と考えられる。 また、インターネットの環境では、リアルな取引に比べ、価格等様々な取引に関わる事項についての表示を容易に変更することが可能であり、また変更されたことについて、消費者が気付きにくい場合があることにも留意すべきである。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○画像が多く分かりやすい商品表示や商品説明の表示。 ○消費者トラブルにつながる不適切な表示に関するパトロール、行政等の専門的知見を有する者との連携、情報提供窓口の設置等。 ○消費者が気付きにくい表示項目の変更で、消費者トラブルに発展する可能性があるもの（価格、送料に関する事等）についての記載の工夫等を財・サービスの提供者が行うための仕組みの提供。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
95	56-57	第6の1(4) 安心、安全な取引環境を整備するための公正な利用規約の制定と明示	59-60	第6の1(4) 安心、安全な取引環境を整備するための公正な利用規約の制定と明示
				評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。また、結局プラットフォーム自身の利用規約の中身が問題になった事例は出てきていないと認識しているため、踏み込んだ記載をすることは避けるべき。送料やキャンセル規約等は財・サービス提供者による表示のため(3)でカバーされている。以下のように修正すべき。 【修正案】 (4) 利用規約の制定と明示 アンケート調査によれば、(中略)例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ 利用規約の分かりやすい場所への提示。 ○ 利用規約を分かりやすく説明した参考情報の提供。
				アンケート調査によれば、取引を行う際に、利用規約を読むかどうかたずねたところ、BtoC取引、CtoC取引（オークション・フリマ取引）においては、「読んでいない」がともに約40%、「新規に利用する際のみ読む」が約35%となっており、「毎回読む＋ほぼ毎回読む」は約10～15%となっている。利用規約の全てを利用者に確認するよう求めることは現実的でなく、重要な事項についての情報提供の仕方などについて、こうしたアンケート結果等を踏まえた対応が求められる。また、消費者トラブルを生じさせないためには、利用規約が公正なものであって、不意打ち的な条項や、消費者にとって一方的に不利な事項を含まないことが重要である。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○消費者に一方的に不利にならない等、安心、安全な取引環境を利用できるための適切な内容の利用規約の制定。 ○利用規約を分かりやすく図表等も活用して説明した参考情報の提供。 ○送料、返品、キャンセルの規定等消費者トラブルに発生しやすい事項に係る利用規約等の分かりやすい表示。
96	57	第6の1(5) 評価の透明性の確保	60	第6の1(5) 適切な評価システムの提供
				前文と同様に事例があるのであれば、その旨を記載すべき。特に事例がないのであれば、可能性というレベルで記載するのは適さないので削除すべきと考える。
97	57	第6の1(5) 評価の透明性の確保	60	第6の1(5) 適切な評価システムの提供
				消費者トラブルのうち、報復的なコメントや評価に対する取組として、例示された手段が適切か不明確であるから、そのような取組を挙げるのは適切ではない。 また、「レビューの実行性、透明性を高めること」は、取組方法自体ではないため、これらの記述を削除し、「レビューがその役割を・・・工夫を凝らす。」までの記載に留めるべきである。
				【プラットフォーム事業者の取組】 ○レビューがその役割を適切に果たすため、レビューの収集、処理、公表の工夫を凝らし、レビューの実効性、透明性を高めること。例えば、相互の評価を同時に公開する仕組みの提供。レビューが決まった時系列で閲覧できること、レビューを削除した場合にはそれを明示すること、一定の方法で統合した場合にはその方法を示すこと。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
98	57 第6の1(5) 評価の透明性の確保	60 第6の1(5) 適切な評価システムの提供	評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。また、競争法の観点と混じってしまっているようなのでシンプルにすべき。以下のように修正すべき。 【修正案】 (5) <u>適切な評価システムの提供</u> 口コミ、（中略）例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ <u>消費者の合理的な選択に資する評価システムの提供</u> ○ <u>正直な評価をしやすくする仕組みの提供</u> ○ <u>選択をゆがめるような評価のモニタリング</u>	【プラットフォーム事業者の取組】 ○レビューがその役割を適切に果たすため、レビューの収集、処理、公表の工夫を凝らし、レビューの実効性、透明性を高めること。例えば、相互の評価を同時に公開する仕組みの提供。レビューが決まった時系列で閲覧できること、レビューを削除した場合にはそれを明示すること、一定の方法で統合した場合にはその方法を示すこと。 ○取引実態のないような虚偽的なレビューに対するパトロール、削除。
99	57-58 第6の1(6) 決済システムの安全性と多様性の確保	60 第6の1(6) 安全な決済システムと複数の決済手段の提供	評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。また、多様性の確保は事業者によって利便性向上のための取り組みとしては行われているが、取引の安全とは無関係である。以下のように修正すべき。 【修正案】 (6) <u>安全な決済システムの提供</u> 消費生活相談の現場（中略）例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ <u>決済システムにおけるセキュリティ対策の実施</u> ○ <u>なりすましサイトやフィッシングへの注意喚起</u> ○ <u>いわゆるエスクローサービスの導入</u>	消費生活相談の現場から挙げられた事例によれば、プラットフォームの決済システムが第三者に不正利用された（BtoC取引）、支払をしたはずが支払エラー扱い（BtoC取引）等により消費者トラブルが生じている。 また、アンケート調査によれば、プラットフォームが介在する取引を行わない理由として、インターネットでの決済が不安と回答した者は、BtoC取引(22%)、CtoC取引（オークション・フリマ取引）(14%)となっている。取引及び決済の安全性を高めている。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○安心、安全な決済システムの提供。例えば、取引が適正に行われたことが確認できるまで、プラットフォーム事業者が一定期間支払金を預かるといったいわゆるエスクロー決済の取組。 ○消費者の事情等に合わせて選択が可能な複数の決済システム。
100	58 第6の1(6) 決済システムの安全性と多様性の確保	60 第6の1(6) 安全な決済システムと複数の決済手段の提供	「取引及び決済の安全性を高めている。」は誤植ではないか。	また、アンケート調査によれば、プラットフォームが介在する取引を行わない理由として、インターネットでの決済が不安と回答した者は、BtoC取引(22%)、CtoC取引（オークション・フリマ取引）(14%)となっている。取引及び決済の安全性を高めている。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
101	58	第6の1(7) 消費者トラブルへの対応と消費生活センターとの連携	61	第6の1(7) 消費者トラブルへの対応と消費生活センターとの連携
				評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。また、トラブル対応という項目において消費生活センターとの連携があるはずである。「相談対応窓口(名称、住所、電子メールアドレス、電話番号等)」は意味がよくわからなかった。またその他に、別の項目に散っているが消費者トラブルへの対応にまとめるべき項目があるため、以下のように修正すべき。 【修正案】 (7) 消費者トラブルへの対応 【プラットフォーム事業者の取組例】 ○ <u>消費者からの相談窓口を設置</u> ○ <u>トラブルに巻き込まれないための消費者向けの注意喚起</u> ○ 消費生活相談員からの問合わせや相談員が行うトラブル解決のあっせん等への協力。 ○ 消費生活センターから寄せられる消費者トラブル事例等の情報を活用した改善活動。 ○ <u>第三者による紛争解決の仕組み(ODR等)の導入</u> ○ <u>消費者がトラブルに遭った際に金銭的救済を図る補償制度や保険制度の導入</u>
102	58-59	第6の1(8) オンライン取引に係る紛争解決の仕組み	61	第6の1(7) 消費者トラブルへの対応と消費生活センターとの連携
				(7)に含めてシンプルにするため削除すべき。 アンケート調査によれば、BtoC取引、CtoC取引、シェアリングエコノミーそれぞれの利用経験者のうち、約3割は消費者トラブルの経験がある。 また、消費者トラブルに遭ってもどこにも相談せずあきらめたという回答が約15～25%存在している。こうしたプラットフォームが介在する取引を利用しない理由を聞いたところ、トラブル発生時の対応が不安という回答が最も割合が大きく、約3割となっている。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○消費者がトラブルに遭った際に、安心して相談や紛争解決に向けた手段が取り得るよう、消費者に対する第三者的な紛争解決機関（国民生活センター、認証された民間ADR等）の提示。 ○CtoC取引における紛争解決の指針の提示。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
103	59	第6の1(9) 保険、補償制度	61	第6の1(8) 保険、補償制度の導入	(7)に含めてシンプルにするため削除すべき。	アンケート調査によれば、プラットフォーム事業者において行ってほしいサービスに関し、詐欺に遭った場合の返金、消費者トラブルにあった場合の補償を求めている回答が約1割程度みられた。そのため、例えば以下のような取組が考えられる。 【プラットフォーム事業者の取組】 ○更なる安心、安全の仕組みとしての保険、補償制度。適用条件をあらかじめ明示し、利用しやすいものであること。
104	59-60	第6の1(10) CtoC取引の場合におけるプラットフォーム事業者の役割	61-62	第6の1(9) CtoC取引の場合におけるプラットフォーム事業者の役割	評価を差し挟むと反対意見を言わざるを得なくなるので、いっそ評価は削除してはどうか。また、プラットフォームの役割という大項目の中にプラットフォームの役割という小項目が入っていることに違和感があること、消費者保護の必要性などはこれまでに別のところで触れられておりここに書くべきことではないことから、以下のように修正すべき。 【修正案】 (8) 財・サービス提供者の属性に関する適切な情報提供 ア—購入・利用者の保護 —(中略)可能性がある。 イ—提供者の保護 消費生活相談の現場では、—(中略)重要である。 ○ 同一プラットフォームにおいて事業者と消費者の財・サービス提供者が混在する場合に、各提供者が事業者であるか消費者であるかの表示	ア 購入・利用者の保護 CtoC取引において、財・サービスの提供者がB又はCであるかの判断が困難な場合には、プラットフォーム事業者が、提供者の本人確認等を確実に実施し、必ずしも提供者自らが表示しなくてもよいといった方策をとることも考えられるとの指摘があった。このような場合には、プラットフォーム事業者が補償制度を充実することや一定の属性（財・サービスの提供者がB又はCであるか等）を表示すること等を通じて、提供者とのトラブルを未然に防止し、早期の紛争解決につながる仕組みの構築につながる可能性がある。 イ 提供者の保護 消費生活相談の現場では、提供者からの相談も発生している。中には、消費者から一方的なことを求められトラブルになることもある。提供者が事業者であれば備えておくべきトラブル処理能力に欠けている場合もあり、取引がうまくいかない場合に、プラットフォーム事業者が提供者と一体となって解決に向かう取組を行うことも重要である。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
105	61 第6の2 CtoC取引における消費者としてのプラットフォームの利用者の役割	63 第6の2 CtoC取引における消費者としてのプラットフォームの利用者の役割	プラットフォーム事業者の役割と同様の柱書きが無いのはなぜか説明されたい。柱書不要ならばプラットフォーム事業者についても柱書を削除すべきではないか。	—
106	61 第6の2 (1)提供者の役割 (2)購入・利用者の役割	63 第6の2 (1)提供者の役割 (2)購入・利用者の役割	提供者と購入者（利用者）双方の役割を冒頭にまとめるため、以下のように修正すべき。 【修正案】 (1)提供者・購入者（利用者）双方の役割 <u>財・サービスの提供者としてプラットフォームを利用する場合も、財・サービスの購入者（利用者）としてプラットフォームを利用する場合も、多種多様なプラットフォームの中から利用するプラットフォームを選択する際には、各プラットフォーム事業者が取引の安全のためにどのような取組を行っているか、それらの取組について消費者に情報提供をしているかに着目し、取り組みの充実したプラットフォームを選択することで、取り組みを行うことが他事業者との競争において優位であるとの社会的認識を醸成していくことが期待される。</u>	(1)提供者の役割 提供者が事業者でない者としてプラットフォーム上で取引をする場合には、特商法、消費者契約法における事業者規制のための規定は適用されないとの理解がある。他方で、プラットフォーム取引の場（その約款なども）を相手方の消費者との関係で利用することから、提供者には事業者に準じた役割と責任を備えることが望ましい場合がある。しかし、プラットフォームの利用という点で取引は事業性を帯びることから、提供者として担うべき役割と責任を、プラットフォーム事業者と提供者（利用者）が分担、共同して担うことも考えられる。
107	61 第6の2(1) 提供者の役割	63 第6の2(1) 提供者の役割	私的自治の原則からすれば、事業者か否かにかかわらず、提供者が第一次的に提供者として担うべき役割と責任を担うべきではないか。取引に参加する上での基本的なルールを遵守することが不可欠であることを記載すべきではないか。	—
108	61 第6の2(1) 提供者の役割	63 第6の2(1) 提供者の役割	提供者は、自分が提供しようとする商品・サービスに関連する法令等を確認し、それを順守することが必要な旨、記載が必要ではないか。特にチケットや薬品関連、権利侵害品の疑いがあるものなど。提供者側はトラブルが発生しても現状相談できる窓口が少なく、購入利用者との間でトラブルが発生しないような取組を自ら進んで行う努力が求められる。	—

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
109	61	第6の2(1) 提供者の役割	63	第6の2(1) 提供者の役割	提供者であっても民法上の履行責任を負うことから、安易にプラットフォームと共同で責任を負うとの記載には反対。上記修正案を受けた修正とあわせて以下のように修正すべき。 【修正案】 (2) 提供者の役割 提供者が事業者でない者としてプラットフォーム上で取引をする場合には、特商法、消費者契約法における事業者規制のための規定は適用されないとの理解があるが、民法上の債務の履行義務を負うことについて認識したうえで取引に臨むことが重要である。また、プラットフォーム事業者が提示しているルールや注意喚起を確認するとともに、財・サービスの内容や条件に付いてわかりやすい表示を心がけることがトラブルの回避につながるという認識を持つことが望ましい。	提供者が事業者でない者としてプラットフォーム上で取引をする場合には、特商法、消費者契約法における事業者規制のための規定は適用されないとの理解がある。他方で、プラットフォーム取引の場合（その約款なども）を相手方の消費者との関係で利用することから、提供者には事業者準じた役割と責任を備えることが望ましい場合がある。しかし、プラットフォームの利用という点で取引は事業性を帯びることから、提供者として担うべき役割と責任を、プラットフォーム事業者と提供者（利用者）が分担、共同して担うことも考えられる。
110	61	第6の2(2) 購入・利用者の役割	63	第6の2(2) 購入・利用者の役割	注65の記載は本文中に記載すべきではないか。	注65) 購入・利用者の役割として、基本的なルールの遵守だけでなく、問合せ窓口が設置されているプラットフォームを利用する、また、レビューをきちんと確認した上で利用する等、プラットフォームを利用する上での心構えも重要であるとの意見があった。
111	61	第6の2(2) 購入・利用者の役割	63	第6の2(2) 購入・利用者の役割	前回も口頭で指摘したところであるが、プラットフォームや提供者側の努力はもちろん、車の両輪として、購入・利用者の意識・リテラシーを高めていく必要がある。6行だけしか記載されていないのは遺憾であり、少なくとも、「フリマやシェアリングサービスについては、これまでの事業者との取引とは前提を異にし、個人間取引であることを十分に意識し、利用規約や取引条件を注意深く確認する、不明な点があれば問い合わせ機能を利用して提供者やプラットフォームに直接確認する、さらに、認証制度を取得しているプラットフォームを利用する、問い合わせ窓口のないプラットフォームを利用しない、SNS上で取引を行わず必ずエスクロー決済を導入しているプラットフォームを通して取引するなど、購入・利用者の意識を高めていくことも必要であると考えられる。」程度の記載はしていただきたい。	購入・利用者においては、CtoC取引においても、民事上の責任を負うことを認識し、規約を適切に確認するといった、取引に参加する上での基本的なルールを遵守することが不可欠である。 購入利用時においても、取引環境の健全に向けて役割を担うことが期待され、例えば、レビューにおいて悪質・恣意的な評価をしないことや、違法な商品を購入しないといったことが考えられる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見		備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)			
112	61 第6の2(2) 購入・利用者の役割	63 第6の2(2) 購入・利用者の役割	様々な観点が混在して一つの文になっておりわかりにくい、以下のように修正すべき。 【修正案】 (3) 購入者(利用者)の役割 購入者(利用者)においては、CtoC取引においても、民法上の債務の履行義務を負うことについて認識したうえで取引に臨むことが重要である。民事上の責任は負うことを認識し、規約を適切に確認するといった、取引に参加する上での基本的なルールを遵守することが不可欠である。 また、プラットフォーム事業者が提示しているルールや注意喚起を確認するとともに、提供者の表示に不明な点や曖昧な点があれば提供者に質問をする、表示に不明点や曖昧な点が多い提供者は利用しない、といった心構えを持つことが望ましい。		購入・利用者においては、CtoC取引においても、民事上の責任を負うことを認識し、規約を適切に確認するといった、取引に参加する上での基本的なルールを遵守することが不可欠である。 購入利用時においても、取引環境の健全に向けて役割を担うことが期待され、例えば、レビューにおいて悪質・恣意的な評価をしないことや、違法な商品を購入しないといったことが考えられる。
113	62-63 第6の3 行政機関の役割	64-65 第6の3 行政機関の役割	ここでのいう行政機関とはどこを指しているのか、それらの行政機関からヒアリング等一切行っていないが、そのことについてはどう考えればよいか。		—
114	62 第6の3 行政機関の役割 (柱書き)	64 第6の3 行政機関の役割 (柱書き)	プラットフォーム事業者の役割と同様の柱書きが無いのはなぜか説明されたい。柱書不要ならばプラットフォーム事業者についても柱書を削除すべきではないか。		—
115	62 第6の3(1) 消費者への情報提供	64 第6の3(1) 消費者への情報提供	ヒアリング等行っていないこと、他の項目と書きぶりをあわせるべきであることから、以下のように修正すべき。 【修正案】 (1) 消費者への情報提供 行政機関等は、消費者に対し、例えば、以下のような情報提供や周知啓発を行うことが期待される。		行政機関等は、消費者に対し、例えば、以下のような情報提供や周知啓発を行うべきである。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
116	62-63 第6の3(3) 関連する法令、ガイドライン等の見直し	65 第6の3(3) 関連する法令、ガイドライン等の見直し	踏み込みすぎであったり長すぎたりするため、以下のように修正すべき。 【修正案】 (3) 関連する法令、ガイドライン等の見直し 例えば、特定商取引法に係るオークションガイドラインについて見直しに関する意見があった。 ア オークションガイドライン 前記第3の3のとおり、フリマ・シェアリングエコノミーの出品者については、オークションガイドラインの対象となるか否かが明らかではない。そこで、上記ガイドラインが、フリマ、シェアリングエコノミーの出品者についても適用されるかどうか、あるいは、新たにフリマ・シェアリングエコノミーについても、基準を設ける必要があるかについて検討することもある。 イ 特商法上の表示義務（事業者性ある消費者の義務） 前記第3の3のとおり、ガイドラインの基準等により、実態は消費者であっても「販売業者等」に該当する者（上記②iii）については、氏名、住所及び電話番号等をプラットフォーム上に表示等する必要があることになるところ（法11条5号、施行規則8条1号）、こうした表示義務が課せられることに関し、プライバシーの観点などからその妥当性について問題点を指摘する意見があった。 そこで、（中略）考えられる。	例えば、特定商取引法に係るオークションガイドラインについて見直しに関する意見があった。 ア オークションガイドライン 前記第3の3のとおり、フリマ・シェアリングエコノミーの出品者については、オークションガイドラインの対象となるか否かが明らかではない。そこで、上記ガイドラインが、フリマ、シェアリングエコノミーの出品者についても適用されるかどうか、あるいは、新たにフリマ・シェアリングエコノミーについても、基準を設ける必要があるかについて検討することもある。 イ オークションの出品者の表示義務について 前記第3の3のとおり、ガイドラインの基準等により、「販売業者等」に該当する者（上記②iii）については、氏名、住所及び電話番号等をプラットフォーム上に表示等する必要があることになるところ（法11条5号、施行規則8条1号）、こうした表示義務が課せられることに関し、プライバシーの観点などからその妥当性について問題点を指摘する意見があった。 そこで、本法において、プラットフォームを介する取引の仕組み、上記行為規制が設けられた立法趣旨、上記ガイドラインが出された当時（平成18年1月30日）から現在（遊休資産の相互活用等を促進する社会）への取引環境の変化等を踏まえて、その表示の在り方について検討することもあるのではないかと指摘があった。 上記は、仮にフリマ・シェアリングエコノミーについても、オークションガイドラインの対象となると考えられる場合、あるいは、新たに同種のガイドラインを策定した場合についても、同様の課題となると考えられる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
117	64 第6の4 国民生活センター、消費生活センター、消費者団体の役割 (柱書き)	66 第6の4 国民生活センター、消費生活センター、消費者団体の役割 (柱書き)	プラットフォーム事業者の役割と同様の柱書きが無いのはなぜか説明されたい。柱書不要ならばプラットフォーム事業者についても柱書を削除すべきではないか。	—
118	64-65 第6の4 国民生活センター、消費生活センター、消費者団体の役割	66-67 第6の4 国民生活センター、消費生活センター、消費者団体の役割	新業態のプラットフォーム出現、プラットフォーム事業者に紛争解決に向けた情報共有や協力を求めるには、お互いの業務への理解や信頼関係が不可欠だと考える。プラットフォーム事業者とは定期的な情報交換などの場を設けることが望ましい旨、記載してはどうか。	—
119	64 第6の4(1) CtoC取引における国民生活センター、消費生活センターの役割	66 第6の4(1) CtoC取引における国民生活センター、消費生活センターの役割	事業者の悩みの点が説明不足であること、必ずしもプラットフォーム事業者で救済できる事案とは限らないことから、以下のように修正すべきである。 【修正案】 プラットフォームを介した取引については、消費生活相談員は、消費者から相談があった場合に、取引の相手方がBかCなのかを確認する。その際、プラットフォーム上にその情報が明示されていない場合には、プラットフォーム事業者を通じて確認することになる。こうした対応について、プラットフォーム事業者からは、<u>相手方がCである場合に消費生活相談員にどこまで情報提供が可能なのか、基準が明確でなく、対応に苦慮しているとの指摘があった。</u> また、プラットフォームを介した取引について、仮に相談者のプラットフォーム上の取引の相手方が消費者の場合であっても、消費者による苦情相談は、潜在的にはプラットフォーム事業者に対して救済を求める内容を含むものである。プラットフォーム事業者は、消費者安全法の事業者に該当し、そのため、CtoC取引であっても、消費生活相談員は、プラットフォーム事業者と消費者の間にたち、苦情相談に応じ苦情処理のためのあっせん等を行うことが可能である。<u>一方で、CtoC取引においてお互いの言い分のどちらが正しいのか客観的な情報をプラットフォーム事業者でも確認できない場合など、プラットフォームから解決に向けた協力を得られにくい場合もあるとの指摘があった。</u>	プラットフォームを介した取引については、消費生活相談員は、消費者から相談があった場合に、取引の相手方がBかCなのかを確認する。その際、プラットフォーム上にその情報が明示されていない場合には、プラットフォーム事業者を通じて確認することになる。こうした対応について、プラットフォーム事業者からは、消費生活相談員の問合せにどこまで情報提供すべきか、基準が明確でなく、対応に苦慮しているとの指摘があった。 また、プラットフォームを介した取引について、仮に相談者のプラットフォーム上の取引の相手方が消費者の場合であっても、消費者による苦情相談は、潜在的にはプラットフォーム事業者に対して救済を求める内容を含むものである。プラットフォーム事業者は、消費者安全法の事業者に該当し、そのため、CtoC取引であっても、消費生活相談員は、プラットフォーム事業者と消費者の間にたち、苦情相談に応じ苦情処理のためのあっせん等を行うことが可能である。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）	
	事前照会案	3/26報告書(案)			
120	64	第6の4(2)プラットフォームが介在する取引における消費者トラブルの解決の流れ	66 第6の4(1)CtoC取引における国民生活センター、消費生活センターの役割	トラブル解決の流れは第6の1の【事業者による取組例】と同様の扱いにすべきではないか。 【修正案】 →(2)→ 【消費者トラブルの解決の流れの例】	－
121	64-65	第6の4(2)プラットフォームが介在する取引における消費者トラブルの解決の流れ	66 第6の4(1)CtoC取引における国民生活センター、消費生活センターの役割	③は肝心の取引当事者が含まれておらず、④が必要なのではないかと。相手方の言い分が異なる場合にはどのような流れになるのか。	①消費者から消費生活相談員へ相談 ②消費生活相談員からプラットフォーム事業者へ連絡 ・事実確認、解決策の提案 ・消費者の個人情報の共有の可否についての確認等 ③消費生活相談員とプラットフォーム事業者が問題解決に向けた話し合い
122	66	第6の5プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保（柱書き）	68 第6の5プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保（柱書き）	前提として事業者の自主的取り組みの促進があるべきというスタンスで書くべきであり、以下のように修正すべき。 【修正案】 5 事業者による取組の実効性の担保 本提言においては、プラットフォーム事業者等の役割や取組について、ただちに法律による制度整備を求めているわけではなく、 <u>事業者による自主的な取組が促進されてくことが望ましいものの、事業者の取組の実効性を担保するための一般的な方策として、以下のようなものが考えられる。</u>	本提言においては、プラットフォーム事業者等の役割や取組について、ただちに法律による制度整備を求めているわけではないものの、例えば、プラットフォーム事業者の役割について、その取組の実効性を確保するための方策については、以下のことが考えられる。
123	66	第6の5プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保	68 第6の5プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保	直ちに法律による制度整備を求めているわけではないとしておきながら、プラットフォーム事業者の取組の実効性を確保するための方策について、（1）から（3）が考えられるとするのは矛盾しているため、柱書の「以下のことが考えられる。」を「以下の意見があったので、紹介するに止める。」に修正するとともに、「（1）法律、ガイドライン」の項自体を削除していただきたい。	例えば、プラットフォーム事業者の役割について、その取組の実効性を確保するための方策については、以下のことが考えられる。 （1）法律、ガイドライン EU、中国及び韓国のように、新たな法律を策定し、明確な規律を設けることも考えられる。また、行政機関が基本的なガイドラインを策定することも考えられる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）		
	事前照会案	3/26報告書(案)				
124	66	第6の5(1) 法律、ガイド ライン	68	第6の5(1) 法律、ガイド ライン	自主的取り組みがまず大前提であることから、法律・ガイドラインは順番を最後にすべきであり、(3)としたうえで以下のように修正すべきである。 【修正案】 (3) 法律・ガイドライン <u>ソフトローや認証制度による対応では消費者の保護が十分に図ることができない場合には、法律やガイドラインによる実効性の担保も考えられ、本専門調査会で紹介された諸外国の事例も参考となるが、今後検討する場合は、対象となるプラットフォームの範囲や立法事実の確認、海外のプラットフォーム事業者への実効的な域外適用の可否等について慎重な議論が必要との意見があった。</u>	EU、中国及び韓国のように、新たな法律を策定し、明確な規律を設けることも考えられる。また、行政機関が基本的なガイドラインを策定することも考えられる。
125	66	第6の5(2) 自主的取組、 共同規制	68	第6の5(2) 自主的取組、 共同規制	踏み込みすぎであるため、以下のように修正すべき。 【修正案】 (1) 自主的取組、共同規制 <u>まずは、事業者、事業者団体等による自主的取組や、行政機関や事業者、事業者団体等との共同規制 といった、いわゆるソフトロー的な取組を進めることも考えられる。これに対しては、ソフトローに従わない事業者がいた場合に消費者にどのようにして自主的取組を行っている事業者を選択してもらうかといった課題の指摘があった。</u> <u>自主的取組や（中略）重要と考えられる。</u>	事業者、事業者団体等による自主的取組や、行政機関や事業者、事業者団体等との共同規制 といった、いわゆるソフトロー的な取組を進めることも考えられるが、ソフトローに従わない事業者がいた場合に消費者にどのようにして自主的取組を行っている事業者を選択してもらうかといった課題の指摘があった。 自主的取組や共同規制による場合には、関係者間の協力関係を適切に構築していくことが必要であり、そのため、コミュニケーションのための窓口、担当者、海外の法人であれば我が国における代理人の指定を義務付けること等により、必要な情報を共有する仕組みを確立し、取組の実効性を高めていくことが重要と考えられる。
126	66	第6の5(3) 認証制度	68-69	第6の5(3) 認証制度	以下のように修正すべきである。 【修正案】 (2) 認証制度 消費者によるプラットフォーム事業者の選択に資する基準の一つとして、認証制度を設けることも考えられる。シェアリングエコノミー協会において、既に当該制度を実施しており、仕組みを検討するに当たっては、それを参考にすることも考えられる。	消費者がプラットフォーム事業者を選択する基準となり得ると考えられることから、認証制度を設けることも考えられる。シェアリングエコノミー協会において、既に当該制度を実施しており、仕組みを検討するに当たっては、それを参考にすることも考えられる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
127	56-57 第6の1 プラットフォーム事業者の役割 66-67 第6の5 プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保	58-60 第6の1 プラットフォーム事業者の役割 68-69 第6の5 プラットフォーム事業者が果たす役割の実効性の確保	【No.4 関連】 第6の提言において、プラットフォーム事業者と消費者との取引において存在する情報格差の問題に対する対応が漏れなくなされているかという点がないだろうかという点になる。2つの関連する点について、 ① 1の「プラットフォーム事業者の役割」のうち、「(2)プラットフォーム事業者から消費者への情報提供～(5)評価の透明性の確保」は何をもって記載内容にある取組がなされている／いないとするのかについて、第三者がどのように判断できるのかあいまいな点が残っていると思う。そこで5の実効性の確保が極めて重要と考える。基本的な方向性は、消費者がプラットフォーム事業者と取引する際において、消費者が諸々の内容について理解していることが重要であり、可能であれば、消費者に一定程度の能動的な判断を求めるプロセスがあればと思う。こうした方向性の具体化は、スムーズな取引を妨げることになりかねないが、そもそもの問題が、取引をスムーズにすることに重点を置いているがゆえに、消費者の判断を事業者に委ねているところから生じているのではないかと、そこに情報格差に起因する交渉力の格差（No.4の②）が生じているものと考ええる。	5 プラットフォーム事業者等が果たす役割の実効性の確保
128	70-71 第6の6(3) 海外事業者への対応	72-73 第6の6(3) 海外事業者への対応	【No.4 関連】 第6の提言において、プラットフォーム事業者と消費者との取引において存在する情報格差の問題に対する対応が漏れなくなされているかという点がないだろうかという点になる。2つの関連する点について、 ② 海外事業者への対応は第6の6(3)に記載されているが、まさに記されているとおり、消費者にとって内外事業者は現在、無差別に取引を行っていることを考えると、海外事業者に当面の間、法適用がなされないのであれば、海外プラットフォーム事業者との取引が行われるたびごとに、そうした点を消費者が理解していることをリマインドすることが重要ではないかと思う。つまり、上記①（No.127）のように、消費者が取引を行うときに、自らが海外事業者と取引を行おうとしていること、及びそうした取引には法的保護において我が国において不備がある点がありリマインドされ、そうした点が理解されていることに対して能動的に合意されるようなプロセスが求められるかと思う。	法律の規定は以上のようにになっているものの、実際には、少額の消費者被害について海外事業者と争うことは現実的ではなく、コスト以外にも、時間、言語等がトラブル解決を困難にしている可能性もある。また、各種の業法によっては、海外事業者に適用されないものもあり、適用されるとしても執行が困難であるものが存在する。 インターネット取引は、国境がなく、消費者は海外事業者と取引を行っているのか、そうでないかの区別さえ認識していない場合もある。
129	68 第6の6 今後に向けて（柱書き）	70 第6の6 今後の課題（柱書き）	以下のように修正すべきである。 【修正案】 本専門調査会においては議論の対象外とされたり、十分な議論ができなかった点について、「プラットフォーム」という広い概念を対象として考えるにあたっては、以下のような課題が指摘された。	消費者保護の観点からは、以下についても重要な論点となり得るため、今後引き続き着目し、検討を深めるべきである。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
130	68 第6の6(1) 利用者の情報の扱いに関する透明性	70 第6の6(1) 利用者の情報の扱いに関する透明性	踏み込みすぎた内容であり、以下のように修正すべき。 【修正案】 (1) 利用者の情報の取扱いに関する課題 インターネットを利用していく中で、プラットフォーム事業者に<u>どのような情報</u>が集積され、それを<u>どのように</u>分析し、<u>どのように</u>利用されるのかによっては、<u>消費者の利便性</u>が高まる一方で、意思決定が不当に歪められることが<u>あり得</u>、人権等にかかわる問題が生じる可能性もあるのではないかという指摘があった。 <u>事業者は情報の取り扱いについて透明性が保たれるよう留意するとともに</u>、消費者は、自らの情報がどのような使われ方をしているのかについて留意し、その結果、自らにどのようなことが生じているのかを考えて利用することも重要である。	インターネットを利用していく中で、プラットフォーム事業者に情報が集積され、それを分析し、消費者の嗜好等を予測する手法はプロファイリングと呼ばれている。それにより、消費者の関心のある事項に係る広告が送られてくる等、見方によって利便性は高まる一方で、意思決定が不当に歪められることが仮にあるとすれば、人権等にかかわる問題が生じる可能性もある。例えば、特定の消費者の心理的な脆弱性をプロファイリングし、この脆弱性につけ込むような広告手法については、今後、その妥当性を検討していくことが考えられるとの指摘があった。 また、消費者に関する様々なデータを集積して、消費者の信用力をスコアリングすることも技術的には可能になっている。例えば、消費者の支払履歴等を分析し、スコア付けを行い、その点数が高いほど、何らかの恩恵がもたらされるといったことが生じうる。こうしたことが差別的に行われると、上記と同様に人権等にかかわる問題となる可能性があるとの指摘があった。 消費者は、自らの情報がどのような使われ方をしているのかについて留意し、その結果、自らにどのようなことが生じているのかを考えて利用することも重要である。 上記で述べた、プロファイリングやスコアリング等について、何らかのルールが必要かどうか、その場合に具体的にどのような方策が考えられるか等について、今後、関係行政機関とも連携しつつ必要に応じて検討していくことも重要であるとの指摘があった。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
131	68-69 第6の6(2)ア パーソナルデータの取扱い	70-72 第6の6(2)ア パーソナルデータの取扱い	踏み込みすぎであり、長すぎるため、以下のように修正すべき。 【修正案】 (2) 非マッチングサイトにおける課題 ア パーソナルデータの取扱い 非マッチング型プラットフォーム(SNS、動画サイト等)の多くは、広告収入で成り立つビジネスモデルと考えられ、広告事業者は、クッキー やJavaScript を利用した閲覧履歴の収集を行っている。収集された閲覧履歴と個人情報との紐づきがある場合には、(1)と同様の課題が生じ得る。 しかしながら、(中略)生じうる。 平成30年10月、(中略)見ることができる。 広告事業者が収集したウェブ閲覧履歴を、(中略)同様の問題が生じる。	非マッチング型プラットフォーム(SNS、動画サイト等)の多くは、広告収入で成り立つビジネスモデルといえる。現在、インターネット広告の売上げの多くは、閲覧者の興味・関心や属性に応じた行動ターゲティング広告となっている。行動ターゲティング広告を行うためには、閲覧者の興味・関心等を把握することが必要であることから、広告事業者は、クッキー やJavaScript を利用した閲覧履歴の収集を行っている。収集された閲覧履歴は通常氏名等と紐づくことはなく、クッキーや広告IDと紐づけられている。そのため、閲覧履歴は広告事業者にとって個人情報でないことが多い。 しかしながら、例外的に、広告事業者が閲覧者の個人情報保有しており、これと紐づけられて個人情報になることがある。その場合、閲覧履歴の収集自体が個人情報の取得と評価されることとなるため、広告事業者による閲覧履歴の収集は、個人情報保護法に規定される取得に関する義務規定に従ったものでなければならない。しかしながら、多くの場合、クッキーやJavaScriptによる閲覧履歴の収集は、閲覧者にとっては分かりにくいものであることから、そのような広告事業者については、個人情報の適正な取得を義務付ける同法17条1項に違反する可能性が生じうる。 平成30年10月、個人情報保護委員会は事業者に対して行政指導を行っているが、これはボタンが設置されたウェブサイトを開覧した場合、当該ボタンを押さなくともユーザーID、アクセスしているサイト等の情報が事業者に自動で送信されていることを理由の一つとしたものであり、前記問題が顕在化したものと見ることができる。 広告事業者が収集したウェブ閲覧履歴を、ユーザーの登録情報を有する事業会社に提供するサービスも見受けられる。事業会社にとっては自らの登録ユーザーがどのようなウェブサイトを開覧しているかは事業運営上、価値の高い情報である。この場合、広告事業者の下では個人情報ではないウェブ閲覧履歴が、事業会社の下で個人情報となるため、同様の問題が生じる。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目		意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案	3/26報告書(案)		
132	70-71 第6の6(3) 海外事業者への対応	72-73 第6の6(3) 海外事業者への対応	海外事業者への法の適用関係は既に第4で説明済みであることから、以下のよう 修正すべき。 【修正案】 <u>日本法の海外事業者への適用関係は第3の6で整理したとおりであるが、</u>（中 略）実際には、少額の消費者被害について海外事業者と争うことは現実的ではな く、コスト以外にも、時間、言語等がトラブル解決を困難にしている可能性もあ る。また、各種の業法によっては、海外事業者に適用されないものもあり、適用さ れるとしても執行が困難であるものが存在する。 インターネット取引は、国境を意識しづらく、消費者は海外事業者と取引を行っ ているのか、そうでないかの区別さえ認識していない場合もあり得る。先に述べた ような国際私法の分野では、一定の制度が示されているが、我が国における消費者 保護に関する公法の在り方 についても、今後必要に応じて検討していくことが重要 である。例えば、特定商取引法及び景品表示法等の法令については、国内でサービ スを展開する海外事業者に対する法適用がなければ、国内の消費者保護に欠けると ころが生じるため、法適用の根拠を明らかにし、場合によっては法改正の必要性を 検討することが考えられるとの指摘があった。	消費者は、海外のプラットフォーム事業者を利用 することもあり得るが、日本法の適用に関係のある 規程としては、前記第3の5に記載のとおり、法の 適用に関する通則法と民事訴訟法がある。 法の適用に関する通則法では、消費者契約の成立 及び効力は、消費者の常居所地法によると規定され ており(第11条第2項)、原則として、消費者が日本 に在住している場合には、日本の法律が適用にな る。 民事訴訟法では、消費者契約に関する消費者から の事業者に対する訴えは、訴えの提起の時又は消費 者契約の締結の時ににおける消費者の住所が日本国内 にあるときは、日本の裁判所で裁判を起こすことが できる旨の規定が置かれている(第3条の4第1 項)。 法律の規定は以上のようになっているものの、実 際には、少額の消費者被害について海外事業者と争 うことは現実的ではなく、コスト以外にも、時間、 言語等がトラブル解決を困難にしている可能性もあ る。また、各種の業法によっては、海外事業者に適 用されないものもあり、適用されるとしても執行が 困難であるものが存在する。 インターネット取引は、国境がなく、消費者は海 外事業者と取引を行っているのか、そうでないかの 区別さえ認識していない場合もある。先に述べたよ うな国際私法の分野では、一定の制度が示されてい るが、我が国における消費者保護に関する公法の在 り方 についても、今後必要に応じて検討していくこ とが重要である。例えば、特定商取引法及び景品表 示法等の法令については、国内でサービスを展開す る海外事業者に対する法適用がなければ、国内の消 費者保護に欠けるところが生じるため、法適用の根 拠を明らかにし、場合によっては法改正の必要性を 検討することが考えられるとの指摘があった。

「オンラインプラットフォームにおける取引の在り方に関する専門調査会報告書(案)」に対する委員等意見

○第6 提言

No.	該当項目				意見	備考（事前照会案該当箇所等）
	事前照会案		3/26報告書(案)			
133	71	第6の6(4) オンライン紛争解決の充実の重要性	73	第6の6(4) オンライン紛争解決の充実の重要性	項目名は他と平仄を合わせるべきであること、ODR導入についてはコストの観点を指摘したことから、以下の通り修正すべき。 【修正案】 (4) オンライン紛争解決の充実 上記（3）のとおりであることからすれば、迅速かつコストに見合った紛争解決手段として、ODRの積極的活用が考えられる。 すなわち、現在、我が国においては、国民生活センターの越境消費者センターが、海外の消費者相談機関と連携し、越境消費者トラブルの解決のための取組を行っており、国際的には、APECにおいて域内の共通ルールを策定する動きもみられるが、こうした仕組みが充実していくことが重要であるとの指摘があった。 <u>一方で、コストに見合うODRが存在するか等、積極的に活用するには検討すべき課題が多いとの指摘もあった。</u>	上記（3）のとおりであることからすれば、迅速かつコストに見合った紛争解決手段として、ODRの積極的活用が考えられる。 すなわち、現在、我が国においては、国民生活センターの越境消費者センターが、海外の消費者相談機関と連携し、越境消費者トラブルの解決のための取組を行っており、国際的には、APECにおいて域内の共通ルールを策定する動きもみられるが、こうした仕組みが充実していくことが重要であるとの指摘があった。
134	71-72	第6の6(5) プラットフォームが介在する取引における消費者保護の視点の重要性	73-74	第6の6(5) プラットフォームを介在する取引における消費者保護の視点の重要性	消費者保護の視点は既に冒頭で書かれており、ここでの記載は不要であることから、(5)は削除すべき。	プラットフォームが介在する取引は、一層、社会における重要性が高まっていくことが考えられる。 関係行政機関において、プラットフォームが介在する取引に関するルール、仕組みの検討を行うに当たっては、消費者が安全に取引に参加できるよう、消費者保護の視点を踏まえた検討も不可欠である。